

Hanna Strand Geving

## **Saving the world one start-up at a time**

En casestudie av forutsetningene for bærekraftig entreprenørskap i Trondheim

Masteroppgave i Entreprenørskap, Innovasjon og Samfunn  
Veileder: Markus Steen

Mai 2019



Hanna Strand Geving

## **Saving the world one start-up at a time**

En casestudie av forutsetningene for bærekraftig  
entreprenørskap i Trondheim

Masteroppgave i Entreprenørskap, Innovasjon og Samfunn  
Veileder: Markus Steen  
Mai 2019

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap  
Institutt for geografi





## ABSTRACT

The transition towards a greener and more sustainable future has begun, but there is still a long way to go. Ecological deterioration and global climate change are among the most pressing social problems we face in modern time, and climate has been put on the policy agenda as a result of increased knowledge of environmental degradation and climate change. Sustainable entrepreneurs have become more relevant as a means of achieving the goal of a green economy. By introducing radical sustainable innovation into markets, entrepreneurs can contribute to the transformation to more sustainable socio-technical systems. As radical innovations play an important role in the transition to a green economy, start-ups should be particularly important in innovation and environmental policy.

Entrepreneurs are influenced by the environment in which they are located and entrepreneurship will be related to the conditions in the environment, more specifically the entrepreneurial ecosystem in the region. Characteristics of a well-functioning and efficient entrepreneurial ecosystem are that entrepreneurs have access to necessary resources. A part of the entrepreneurial ecosystem are the innovation policy agencies, whose job is to make it easier to develop ideas and bring them into a market. Most entrepreneurs are completely dependent on this help to be able to realize their ideas. In that regard, it is important that the entrepreneurial ecosystem and the innovation policy agencies are as effective as possible. The question is whether current practice is suitable for sustainable entrepreneurs.

By conducting qualitative interviews of four entrepreneurs and four representatives from the supportive system in Trondheim, I have seen that several elements of the entrepreneurial ecosystem and the policy instrument create challenges for the sustainable entrepreneurs. The entrepreneurs mostly met the same challenges in the start-up phase. My opinion is that there is potential to create greater awareness of sustainable entrepreneurship and how to facilitate it. These results, previous research and theory related to the topic are discussed in the study.



## SAMMENDRAG

Omstillingen til en grønnere og mer bærekraftig fremtid er i gang, men det er fortsatt en lang vei å gå. Økologisk forringelse og globale klimaendringer er blant de mest presserende sosiale problemene vi står overfor i moderne tid, og klima har blitt satt på dagsorden for politikken som følge av økt kunnskap om miljøødeleggelser og klimaendringer. Bærekraftige entreprenører har blitt mer aktuelt som virkemiddel for å nå målet om en grønn økonomi. Grønne oppstartsbedrifter kan være av essensiell betydning i denne overgangen. Ved å introdusere radikale bærekraftige innovasjoner i markeder, kan entreprenører bidra til en bærekraftig transisjon av sosio-tekniske systemer. Ettersom radikale innovasjoner spiller en viktig rolle i overgangen til en grønn økonomi, burde oppstartsbedrifter være særdeles viktig i innovasjon- og miljøpolitikken.

Entreprenører blir påvirket av miljøet de befinner seg i og entreprenørskapet vil være relatert til forholdene i omgivelsene, nærmere bestemt det entreprenørielle økosystemet i regionen. Kjennetegn ved godt fungerende og effektive entreprenørielle økosystem er at gründerbedrifter får tilgang på nødvendige ressurser. En del av det entreprenørielle økosystemet er virkemiddelapparatet som skal gjøre det enklere å utvikle ideer og bringe de ut i et marked. De fleste gründerne er helt avhengig denne hjelpen for å realisere sine ideer. Av den grunn er det viktig at det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet er så effektive som mulig. Spørsmålet er om organiseringen de har i dag er hensiktsmessig for bærekraftige entreprenører.

Ved å gjennomføre kvalitative intervjuer av fire gründerne og fire representanter fra virkemiddelapparatet i Trondheim, har jeg sett at flere elementer ved det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet skaper utfordringer for de bærekraftige entreprenørene. Gründerne har i stor grad møtt på de samme utfordringene i oppstartsfasen. Min oppfatning er at det finnes potensiale for å skape større bevissthet rundt bærekraftig entreprenørskap samt hvordan man kan legge til rette for det. Disse resultatene, tidligere forskning og teori relatert til temaet er diskutert i studien.





## FORORD

Det hele startet med en nysgjerrighet da jeg pratet med en nabo som driver en bærekraftig oppstartsbedrift. Bærekraftig utvikling og det grønne skiftet er dessuten et tema som har interessert meg lenge. Jeg har ved flere anledninger stilt spørsmål ved hvorfor det er så utfordrende å mobilisere til denne omstillingen, og fant fort ut at jeg ville undersøke dette nærmere, da med fokus på bærekraftige entreprenører.

Arbeidet med masteroppgaven har vært utfordrende og svært lærerikt. Jeg har fått god hjelp fra flere personer under arbeidet. Først vil jeg rette en stor takk til seniorforsker Markus Steen ved SINTEF. Han har som min veileder bidratt med kunnskap, gode råd og erfaring fra start til slutt. Videre vil jeg takke alle informantene som tok seg tid til å stille på intervju og bidra med erfaringer og innsikt.

Til slutt vil jeg takke alle på lesesal 6495 som har bidratt med kunnskap, latter, gode samtaler og støtte i opp- og nedturer gjennom det siste året – og ikke minst mine foreldre som har bidratt med støtte og korrekturlesing.

Tusen takk, alle sammen!

Hanna Strand Geving

Trondheim, mai 2019



# INNHold

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>I</b>
<b>SAMMENDRAG</b> .....	<b>III</b>
<b>FORORD</b> .....	<b>V</b>
<b>FIGURER</b> .....	<b>IX</b>
<b>TABELLER</b> .....	<b>IX</b>
<b>1. INNLEDNING</b> .....	<b>1</b>
1.1 Hvorfor er dette temaet viktig? .....	3
1.2 Hvordan kan studien bidra? .....	4
1.3 Oppgavens oppbygging .....	5
<b>2. TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1 Grønt skifte .....	7
2.2 Bærekraftig transisjon .....	8
2.3 Den nye økonomien .....	10
2.4 Sirkulære verdikretsløp .....	11
2.5 Entreprenørskap og bærekraft .....	14
2.5.1 Sosialt entreprenørskap .....	15
2.5.2 Bærekraftig entreprenørskap .....	15
2.6 Næringslivets rolle i det grønne skiftet .....	17
2.7 Et nytt marked .....	19
2.8 Entreprenørens økosystem .....	21
2.9 Sett pris på miljøet .....	27
2.10 Virkemiddelapparatet .....	27
2.10.1 Innovasjon Norge .....	29
2.10.2 Trondheim kommune og Trøndelag fylkeskommune .....	29
2.10.3 Climate-KIC .....	30
2.10.4 Leiv Eiriksson Rådgiving og Analyse (LERA) .....	31
2.11 Sammenfatning av teori .....	31
<b>3. FORSKNINGSMETODE</b> .....	<b>35</b>
3.1 Introduksjon .....	35
3.2 Design .....	35
3.2.1 Case .....	36
3.2.2 Utvalg .....	37
3.2.3 Datagenerering .....	38
3.2.4 Intervjuguide .....	39
3.3 Analyse .....	40
3.3.1 Forberedende bearbeiding av datamaterialet .....	40
3.3.2 Koding .....	40
3.3.3 Kobling av teori og empiri .....	42
3.4 Studiens reliabilitet, validitet og overførbarhet .....	43
3.4.1 Reliabilitet .....	43
3.4.2 Validitet .....	44
3.4.3 Overførbarhet .....	45

3.5 Forskningsetikk.....	46
3.6 Kritisk refleksjon og posisjon.....	47
3.7 Metodiske begrensninger.....	48
<b>4. ANALYSE .....</b>	<b>51</b>
4.1 Barrierer i oppstartsfasen.....	53
4.1.1 <i>Nettverk og samarbeid</i> .....	55
4.1.2 <i>Økonomi</i> .....	58
4.1.3 <i>Tilhørighet og tilrettelegging</i> .....	60
4.2 Mangler hos virkemiddelapparatet og i det entreprenørielle økosystemet.....	64
4.2.1 <i>Nettverk</i> .....	65
4.2.2 <i>Økonomisk støtte</i> .....	68
4.2.3 <i>Tilrettelegging og tilhørighet</i> .....	74
<b>5. DISKUSJON.....</b>	<b>81</b>
5.1 Studiens bidrag.....	86
5.2 Praktiske implikasjoner.....	87
5.3 Styrker, begrensninger og fremtidig forskning.....	87
<b>6. KONKLUSJON .....</b>	<b>89</b>
<b>7. LITTERATURLISTE .....</b>	<b>93</b>
<b>8. VEDLEGG .....</b>	<b>99</b>
Vedlegg A: Forespørsel om deltakelse til gründere.....	99
Vedlegg B: Forespørsel om deltakelse til virkemiddelapparatet.....	99
Vedlegg C: Informasjonsskriv til gründere.....	100
Vedlegg D: Informasjonsskriv til virkemiddelapparatet.....	101
Vedlegg E: Intervjuguide for gründere.....	102
Vedlegg F: Intervjuguide for virkemiddelapparatet .....	103

## FIGURER

Figur 1: Forenklet lineær verdikjede.....	12
Figur 2: Forenklet sirkulær verdikjede .....	13
Figur 3: Bølger av innovasjon av den første og neste industrielle revolusjon (Palousis, Hargroves, Paten & Smith, 2005).....	19
Figur 4: Forholdet mellom økosystemers egenskaper (Spigel, 2017) .....	25

## TABELLER

Tabell 1: Egenskaper ved entreprenørielle økosystemer (Spigel, 2017). .....	24
Tabell 2: Barrierer som fremkom av spørsmål 5 i intervju med gründerne (Se vedlegg E)....	54
Tabell 3: Barrierer sortert i overordnede temaer.....	55
Tabell 4: Utfordringer ved egenskapene til det entreprenørielle økosystemet i Trondheim ...	82



## 1. INNLEDNING

Økologisk forringelse og globale klimaendringer er blant de mest presserende sosiale problemene vi står overfor i moderne tid. Som følge av økt kunnskap om miljøødeleggelser og klimaendringer har klima blitt satt på dagsorden for politikken både lokalt, nasjonalt og internasjonalt. Omstillingen til en grønnere og mer bærekraftig fremtid er i gang, men det er en lang vei å gå. Mange riktige valg må tas før vi når de klimamålene vi har satt oss i blant annet klimaloven<sup>1</sup> og Parisavtalen<sup>2</sup>. Den grønne omstillingen i Norge formes av de veivalgene vi tar. Disse valgene innebærer prioriteringer og vurderinger i et sammensatt og uoversiktlig landskap, der det er vanskelig å forutse konsekvensene av valgene (Haarstad & Rusten, 2018). Vi kan ikke med sikkerhet si hvor stort omfanget av miljøødeleggelsene er per i dag, og vi vet heller ikke med sikkerhet hva som skal til for stoppe utviklingen. Det vi vet er at ødeleggelsene er forårsaket av mennesker. Derfor kan de også best ryddes opp i ved at vi mennesker endrer vår atferd.

”Den verden vi har skapt er et resultat av vår tenkning. Den kan ikke endres uten at vi endrer vår tenkning.” Albert Einstein

Nye tankesett som legger vekt på systemperspektiver og helhetlige løsninger er på vei inn i økonomien og politikken. Dette innebærer en dreining fra den tradisjonelle lineære økonomien, hvor ressursene blir utvunnet og produsert til varer, før de går videre til forbruk og til slutt ender opp som avfall (Klima- og Miljødepartementet, 2017). Dreiningen går mot en sirkulær økonomi som innebærer en mer bærekraftig produksjon, bruk og utnyttelse av ressurser hvor ressursene forblir i systemet så lenge som mulig. En slik omstilling er ønskelig ut fra et bærekraftperspektiv, da det anses som en mye mer skånsom og fremtidsrettet måte for utnyttelse av ressurser (Haarstad & Rusten, 2018). På veien mot et slikt grønt skifte av økonomien mener Rusten og Tvedt (2018) at næringslivet vil spille en sentral rolle. Eksisterende virksomheter kan fokusere mer på klima, miljøspørsmål og grønne løsninger, men det kan også være utgangspunkt for etablering av helt nye foretak, dette kalles grønt entreprenørskap.

---

<sup>1</sup> Lov som skal fremme gjennomføring av Norges klimamål i omstillingen til et lavutslippssamfunn i Norge (Lovdata, 2017).

<sup>2</sup> Internasjonal avtale ratifisert av 195 stater om klimapolitikk. Her konkretiseres blant annet målet om å begrense global oppvarming til under 2 grader sammenlignet med førindustriell tid (I. U. Jakobsen & Kallbekken, 2018)

I denne oppgaven vil jeg argumentere for at det er behov for et skifte til en økonomi som samsvarer med de økologiske grensene naturen setter. Stat, fylke og kommune, samt store bedrifter er viktige aktører i den sammenheng. De kan på et vis være et hinder for omstilling fordi tidligere kunnskap og praksis i organisasjoner ofte påvirker dagens praksis. I tillegg kan nye firma forsøke å vinne legitimitet i markedet ved å tilpasse seg systemene og måten ting gjøres på i det miljøet de befinner seg i. På den måten blir fremveksten og utviklingen av industrier påvirket av historien. Dette kalles stivhengighet og er et hinder for omstilling fordi det som er blitt gjort tidligere blir førende for det man gjør i dag (Mitra, 2012). På den annen side kan stat, fylke, kommune og store bedrifter muliggjøre omstilling dersom man klarer å mobilisere riktig. Dette er aktører med mye makt og innflytelse og som derfor potensielt kan være sterke drivere og veivisere i en omstillingsprosess. Samtidig er det viktig å huske på de mindre bedriftene som gjennom sin virksomhet bidrar til en grønnere planet. Som Spilling (2006) poengterer er entreprenørskap viktig fordi det er helt grunnleggende for den fremtidige utviklingen. Entreprenørskap bidrar til vekst og ny forskning samt å bringe forskningen ut til markedene (NOU 2016: 3, 2016). Gründervirksomhet skaper også jobber og verdier som bidrar til vår felles velferd (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017). Ofte utvikles nye ideer og produkter i små innovative bedrifter, disse blir enten kjøpt opp av større foretak eller de små bedriftene utvikler seg selv til å bli større bedrifter. På den måten skaper de små bedriftene en dynamikk og konkurranse i markeder som utfordrer de etablerte bedriftene og næringslivets omstillingsevne og konkurransekraft (Spilling et al., 2002). Ikke minst representerer gruppen av mindre og bærekraftige bedrifter et mangfold som bidrar til et grønt skifte, samtidig som de skaper engasjement og bevissthet i lokalmiljøet. De gründerne jeg har intervjuet er små, lokale bedrifter som ikke er teknologibaserte. Det er kanskje optimistisk å tro at disse kan skape stor utfordring og konkurranse i markedet, og at de skal stå for betydelig endring og utvikling. Samtidig må man starte et sted for at endring skal skje. Nisjer kan ifølge Geels (2006) og Markard (2017) være et utgangspunkt og en driver av radikal endring i måten vi produserer og forbruker. Utfordringen er at svært få oppstartsbedrifter overlever.

For å øke antallet vellykkede oppstartsbedrifter er det behov for bistand og at det legges til rette for at de kan bli levedyktige. I den sammenheng er virkemiddelapparatet av stor betydning. Hoff (2018) definerer virkemiddelapparatet som "...en fellesbetegnelse for alle offentlige institusjoner, organisasjoner, programmer og støttetiltak som skal bidra til å utvikle og bringe frem ideer til et marked" (Hoff, 2018). Det er med andre ord virkemiddelapparatet som i stor



grad muliggjør gründervirksomhet i kommuner og fylkeskommuner. Dersom man skal mobilisere til et grønt skifte må virkemiddelapparatet fokusere på dette slik at flere grønne ideer løftes opp og frem. I dette masterprosjektet skal jeg se på disse problemstillingene med Trondheim fylkeskommune som geografisk avgrensing. I arbeidet mot et grønt skifte vil jeg argumentere for at små, grønne entreprenører er viktige brikker i den store sammenhengen. Med dette som bakgrunn har jeg utledet følgende forskningsspørsmål:

*Hva er forutsetningene for bærekraftig entreprenørskap i Trondheim?*

For å besvare dette forskningsspørsmålet har jeg utarbeidet to underproblemstillinger:

- 1. Hvilke utfordringer møter gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap på i oppstartsfasen?*
- 2. I hvilken grad er det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet i Trondheim tilpasset behovene til bærekraftige entreprenører?*

For å undersøke forskningsspørsmålet har jeg gjennomført kvalitative intervjuer av fire gründere som alle driver en bedrift knyttet til bærekraftig entreprenørskap. Dette er entreprenørskap med det formål å bidra til bærekraftig utvikling av samfunnet som helhet gjennom en suksessfull bedrift (Schaltegger & Wagner, 2011). Denne oppgaven har fokus på klima- og miljøaspektene i bærekraftbegrepet. I tillegg til intervju av gründere har jeg gjennomført fire kvalitative intervjuer av ulike representanter i virkemiddelapparatet i Trondheim.

Før jeg presenterer teori og funn, vil jeg si noe om hvorfor dette temaet er viktig og hvordan min studie kan bidra til nytte for teori og praksis. Til slutt vil jeg beskrive oppgavens oppbygging.

### 1.1 Hvorfor er dette temaet viktig?

I 2018 hadde verden allerede i august brukt opp de ressursene som anses å være et bærekraftig uttak for hele året. I dag forbraker vi så mye at vi egentlig trenger 1,7 jordkloder og tallet øker for hvert år (Earth overshoot day, 2018a). Tallene viser at måten vi lever og forbraker på i dag

ikke er bærekraftig. Det fører til ødeleggelse av økosystemer, oppvarming av lufta og havet, utryddelse av arter samtidig som det har sosiale konsekvenser i form av matmangel og konflikter. For å skape en bærekraftig utvikling som imøtekommer dagens behov og samtidig ivaretar kommende generasjoners mulighet til å dekke sine, må verdenssamfunnet fokusere på tre områder: sosiale forhold, miljø og klima og økonomi. Det går henholdsvis ut på å sikre menneskerettighetene for alle, stanse de negative klimaendringene, samt sikre mennesker og samfunn økonomisk trygghet (FN, 2018).

Bærekraftsutfordringen knytter seg blant annet til den økonomiske organiseringen vi har, politikken vi fører og de verdiene som er etablert i samfunnet vi lever i. Faktum er at økonomisk vekst og velstand er sammenfallende med store mengder utslipp (FN, 2018). Det er delte meninger om det er mulig å kombinere fortsatt vekst med en bærekraftig utvikling. Konsepter som De-Growth og Steady State, hvor formålet enkelt forklart er redusert forbruk og økt livskvalitet, har vokst frem som alternativer til en vekstbasert økonomi (Røpke & Urhammer, 2017). På den annen side konstaterer FN (2018) at økonomisk vekst er viktig, men at vi må finne nye og smartere måter å løse utfordringer på for å sikre at veksten er bærekraftig, såkalt grønn vekst (FN, 2018). Grønn vekst defineres av OECD (2011) som en måte å fremme vekst og utvikling på, samtidig som man tar vare på naturressursene og forsikrer at de kan fortsette å levere de ressursene vi er avhengige av. Innovasjon er viktig i arbeidet med grønn vekst fordi det bryter med avhengigheten til etablerte måter å gjøre ting på samtidig som det bidrar til å frakoble vekst fra miljøødeleggelse (OECD, 2011). Det er altså uenigheter om hvorvidt det er mulig å skape en slik grønn vekst eller om den økonomiske veksten rett og slett har nådd grensen for hva som er bærekraftig (FN, 2018; Røpke & Urhammer, 2017). Felles for ståstedene er anerkjennelsen av et behov for omstilling, og at omstilling er en viktig del av løsningen på miljøutfordringene vi står overfor. Bærekraftig entreprenørskap kan bidra til en slik omstilling.

## 1.2 Hvordan kan studien bidra?

Bærekraftig entreprenørskap kan være en del av løsningen for å skape et bærekraftig samfunn og en sirkulær økonomi (Klima- og Miljødepartementet, 2017). Oppstartsbedrifter er viktige aktører i både utvikling av radikale bærekraftige innovasjoner og når det kommer til å introdusere de i markedet. Derfor er det strategisk at denne type gründere blir sett og får den hjelpen de trenger for å realisere sine visjoner. Så langt er det lite forskning på de spesielle

utfordringene og mulighetene som grønne oppstartsbedrifter møter på (Bergset & Fichter, 2015). Dette kan skape usikkerhet for både gründeren og aktuelle aktører i gründeren sitt miljø. Investorer kan bli skeptisk til grønne oppstartsbedrifter fordi de mangler informasjon om bærekraftig entreprenørskap, potensielle markeder og i hvilken grad det eksisterer etterspørsel etter grønne produkter og tjenester (Bergset, 2015). Gründeren kan på samme måte ha utfordringer med å forklare hva de gjør og formidle sin forretningsmodell til investorer eller andre som sitter på ressurser som gründeren behøver (Bergset, 2018). Denne studien kan bidra med å gi en bredere forståelse for behovene til grønne gründerne, slik at det bedre kan legges bedre til rette for at de skal lykkes i å etablere seg og videre kunne stimulere til et grønnere næringsliv.

### 1.3 Oppgavens oppbygging

Oppgaven er bygd opp i seks hovedkapittel. Innledningsvis beskriver jeg bakgrunnen for studien og forklarer hvordan jeg har valgt å gjennomføre studien. I tillegg understreker jeg hvorfor temaet er viktig og hvordan resultatene kan ha en praktisk relevans. I kapittel 2 presenteres det teoretiske rammeverket av relevant litteratur som benyttes for å få en bedre forståelse av studiens tematikk og datamaterialet som er samlet inn og analysert. I metodekapittelet begrunner jeg de metodiske valgene jeg har tatt og diskuterer hvilken påvirkning det har på resultatene i studien. Kapittel 4 er delt opp i to underkapittel med utgangspunkt i underproblemstillingene. Her analyseres og diskuteres det innsamlede datamaterialet sammen med relevant teori for å gi svar på forskningsspørsmålet. I kapittel 5 sammenfatter jeg resultatene som presenteres i kapittel 4 til en felles diskusjon. Videre i dette kapittelet presenterer jeg studiens bidrag, praktiske implikasjoner samt styrker, begrensninger og forslag til videre forskning. Til slutt sammenfatter jeg resultatene i en avsluttende konklusjon i kapittel 6.



## 2. TEORI

Teorien som presenteres i dette kapittelet er valgt med bakgrunn i forskningsspørsmålet. Det finnes mye forskning på entreprenørskap generelt og hvordan man skal legge til rette for gründervirksomhet. Det finnes imidlertid mindre forskning på bærekraftig entreprenørskap spesifikt og hvilke utfordringer og behov disse gründerne har. Jeg har valgt å benytte teori om grønt skifte, bærekraftige transisjoner og sirkulær økonomi for å undersøke hvordan bærekraftige entreprenører kan bidra til gunstige miljøeffekter. Videre presenterer jeg teori om næringslivets rolle i det grønne skiftet og hvordan det økte fokuset på bærekraft har skapt nye markeder for næringslivet. Deretter gjør jeg rede for nettverk og entreprenørens økosystem som er sentrale faktorer for oppstartsbedrifters suksess. Til slutt ser jeg nærmere på virkemiddelapparatet og konkretiserer dets rolle som et apparat som skal tilrettelegge for innovasjon og nyskaping. Teorien som er presentert i dette kapittelet setter rammen for diskusjon av forskningsspørsmålet og for forståelse og tolking av empirien.

### 2.1 Grønt skifte

Essensen i et grønt skifte er å få til en overgang til bruk av produkter og tjenester som er betydelig mindre klima- og miljøskadelig enn de vi har i dag (Klima- og miljødepartementet, 2014). Ulike grunnsyn på omstilling fokuserer imidlertid på ulike løsninger for hvordan man skal stimulere til et slikt grønt skifte. Er det for eksempel nødvendig med radikale samfunnsendringer for å skape et bærekraftig samfunn, eller kan vi ta utgangspunkt i de næringene og institusjonene vi allerede har? Kan næringslivet være forbilder og veivisere inn mot en positiv samfunnsendring, eller er det nødvendig med sterkere statlig styring for å lede oss på riktig vei? Hva med enkeltmennesket – har deres handlinger og meninger noen betydning? Dette er spørsmål som peker på ulike grunnsyn på omstilling og som jeg vil berøre i den videre teorigjennomgangen (Haarstad & Rusten, 2018). Forenklet kan man si at det å legge vekt på å bruke eksisterende institusjoner og næringer representerer det ene ytterpunktet, mens de som mener at det er nødvendig med en radikal omlegging av disse representerer det andre. Hovedargumentet i førstnevnte er at denne måten er mest realistisk samt at man kan bevare det som er positivt med institusjonene og samfunnet vi har dag. I det andre ytterpunktet anses eksisterende institusjoner og næringer som skapere og opprettholdere av miljøutfordringene. For å skape et mer bærekraftig samfunn må det derfor endres på grunnleggende samfunnsstrukturer, holdninger og verdier (Haarstad & Rusten, 2018).

## 2.2 Bærekraftig transisjon

Teori om "Sustainability transitions" eller "bærekraftig transisjon" vektlegger radikal endring som løsning på klimautfordringene. Grin, Rotmans og Schot (2010, s. 1) definerer bærekraftig transisjon som "Radikal forvandling mot et bærekraftig samfunn, som et svar på vedvarende problemer dagens moderne samfunn står overfor". Markard, Raven og Truffer (2012) beskriver hvordan etablert teknologi er sterkt knyttet til brukerpraksis og livsstil, samt forretningsmodeller, verdikjeder, organisasjonsstrukturer, reguleringer, institusjonelle strukturer og politiske strukturer. Disse ulike elementene samhandler tett og danner de sosio-tekniske systemene som samfunnet vårt består av. Markard et al. (2012) påpeker at vi står overfor fundamentale bærekraftsutfordringer og at disse er koblet til, og forverres av, sterk stivhengighet og "lock-in" i ulike sosio-tekniske systemer. "Lock-in" oppstår når et samfunn eller en organisasjon låser seg til måter å tenke og gjøre ting på og av den grunn ikke klarer å endre seg (Mitra, 2012). Konsekvensen er at i stedet for å få til den radikale endringen i slike sosio-tekniske systemer som vi ønsker, resulterer stivhengighet og lock-in i en langsom inkrementell endring. Slik inkrementell endring vil ikke være tilstrekkelig for å takle bærekraftsutfordringene (Markard et al., 2012). Samfunn blir avhengige av de teknologiene og institusjonene de kjenner til. Dersom avhengigheten blir sterk nok kan det blir svært vanskelig å endre atferd selv om endringen vil være fordelaktig. Innovasjon kan spille en nøkkelrolle i å gjøre veksten grønnere ved å bryte avhengigheten til etablerte måter å gjøre ting på (OECD, 2011). For å muliggjøre en slik radikal endring behøver vi fundamentale endringer i konsum, livsstil, teknologi, infrastruktur, forretningsmodeller og politikk (Markard, 2017).

Det brukes flere ulike systembaserte rammeverk i bærekraftige transisjonsstudier for å forklare hvordan man kan skape endring i sosio-tekniske systemer og flernivåperspektivet er det mest fremtredende. I henhold til dette perspektivet skjer endringer dersom landskapet legger press på det etablerte regimet. Regimet er de etablerte prosessene, teknologiene, kulturene og artefaktene som er forankret i institusjoner og infrastrukturer. Landskapet er den eksterne strukturen eller konteksten for samspill mellom aktører. Når landskapet legger press på regimet åpnes det mulighet for alternative nisjer å bryte gjennom til regimenivået og erstatte eksisterende teknologier og regimestrukturer. På den måten påvirker nisjer landskapet og fungerer som en drivkraft for radikale endringer (Geels, 2006; Markard, 2017). Nisjer er bedre på radikale innovasjoner sammenlignet med regimer. Dette er fordi regimer motstår endring og heller søker inkrementell utvikling som er i tråd med etablerte måter å gjøre ting på. Bærekraftig transisjon vil altså være en motsats til slik inkrementell endring. Nisjer opererer innenfor det

Smith og Raven (2012) kaller ”protected spaces” eller ”beskyttede områder”. I slike beskyttede områder kan nisjer utvikle radikale og stibrytende innovasjoner, fri for det rådende regimet sin makt og markedsbetingelser. Oppstartsbedrifter er altså en sentral aktør når det kommer til å utvikle radikale bærekraftige innovasjoner og introdusere de i markedet. Ettersom radikale innovasjoner spiller en viktig rolle i overgangen til en grønn økonomi, burde oppstartsbedrifter være særdeles viktig i innovasjon- og miljøpolitikk (Bergset & Fichter, 2015). Som påpekt av Markard et al. (2012) er offentlig politikk et avgjørende element i bærekraftig transisjon. Dette skiller denne type endring fra blant annet teknologidrevet endring eller endringer i industrier som følge av digitalisering.

Isaksen, Jakobsen, Njøs og Normann (2019) argumenterer også for at det er behov for nye industrier eller nye former for næringsaktivitet som kan svare på klima- og miljøutfordringene vi står overfor. I den sammenheng har de forsket på mekanismer og politikk som stimulerer til regional økonomisk restrukturering. Økonomisk restrukturering handler om stuetvikling, herunder utviding eller oppgradering av eksisterende næringsaktivitet, samt skape mangfold i eksisterende næringsaktivitet og utvikle nye industrier eller næringer. For å få til dette argumenteres det for behov for handling blant foretaksaktører og systemaktører. Disse aktørene har ulike roller i en restrukturering og begge er nødvendige for stuetvikling. Foretaksaktører er aktører i industrien som skaper nye virksomheter eller initierer innovasjon i eksisterende firma. Systemaktører er aktørene i støtteapparatet i regionen som skal påvirke det regionale innovasjonssystemets arbeid og funksjon, virkemiddelapparatet vil derfor være en del av systemaktørene i en region. Systemaktørene anses som svært viktige for å få til et mangfold av eksisterende næringsaktiviteter og utvikling av nye næringsaktiviteter, som er de mest radikale formene for stuetvikling og økonomisk restrukturering (Isaksen et al., 2019). Dette argumentet er det samme som vi finner igjen i transisjonsstudier, nemlig at radikal endring krever innsats fra flere ulike aktører – ikke bare de som skaper nye produkter og tjenester, men også i politikken, forskningsmiljøer, hos potensielle kunder og andre aktører og områder (Isaksen et al., 2019; Markard, 2017). Selv om denne forskningen er fokusert på industri og næringsaktivitet vil jeg argumentere for at perspektivene presentert i denne forskningen også er relevant for andre typer virksomheter, herunder bærekraftige oppstartsbedrifter.

Bedrifter og institusjoner påvirkes altså av politikken som føres og den økonomiske virkeligheten de opererer i. Dette henger derfor sammen med, og påvirker det grønne skiftet.

For å få en bedre forståelse av hvordan den økonomiske organiseringen henger sammen med klima- og miljøutfordringer vil jeg videre se på ulike økonomiske teorier.

### 2.3 Den nye økonomien

Økonomi defineres ofte som distribusjon av begrensede ressurser som benyttes i produksjon av varer og tjenester. Disse ressursene består av realkapital, menneskelige ressurser i form av arbeidskraft og naturressurser, både fornybare og lagerressurser (Oekonomi.no, 2008). For å bedre forstå hvordan økonomien utspilles i en samfunnskontekst tas det utgangspunkt i to teoretiske ytterpunkter: planøkonomi og markedsøkonomi.

I planøkonomien er ressursene eid av fellesskapet i form av staten, og økonomien styres sentralt av myndighetene. Staten styrer alt knyttet til produksjon og salg av varer og tjenester og bestemmer dermed hva som skal produseres, hvor og av hvem. Det er også staten sin oppgave å fordele velferden i samfunnet likt mellom borgerne for å utjevne forskjellen på fattig og rik. I markedsøkonomien eies produksjonsmidlene av privat sektor. Produksjon og salg av varer og tjenester er ikke styrt av staten, men av markedets etterspørsel. Staten har fortsatt en finger med i spillet når det gjelder fordeling av velferden som produseres i samfunnet, men er betraktelig mindre aktiv sammenlignet med i planøkonomien (Tøtlandsmo, 2017).

Disse økonomiene fungerer ikke i rendyrket form. De fleste økonomier befinner seg derimot på en glideskala mellom ytterpunktene og kalles blandingsøkonomi (Store norske leksikon, 2018). Blandingsøkonomi har ført til både vekst og velstand, men også miljøproblemer med forurensing, ressurskrise, ødeleggelse av økosystemer og trusler mot mennesker og dyr sin helse. Som et resultat har det i løpet av det 21. århundret vokst frem flere opponenter til de gjeldende økonomiske modellene som preger dagens økonomi forklarer Dybvig, Ingebrigtsen, Jakobsen og Nystad (2013). Disse refereres ofte til som ”Den nye økonomien” og kan deles inn i to retninger: grønn økonomi og økologisk økonomi. Felles for begge disse økonomiene er at de bygger på en annen etikk og knytter sammen økonomiske, miljømessige og sosiale hensyn på en måte som er mer forenelig med en bærekraftig utvikling (Dybvig et al., 2013).

Det er flere som peker på overgangen til en grønn økonomi som en viktig løsning på miljøproblemene, men det er vanskelig å finne en entydig definisjon på hva det egentlig innebærer. UNEP (2018) definerer det imidlertid slik: ”En grønn økonomi er en økonomi som



forbedrer menneskers livskvalitet og bygger sosial likhet samtidig som den reduserer miljørisiko og ressursknapphet” (UNEP, 2018). Dybvig et al. (2013) utdyper videre at man i en grønn økonomi utvikler ulike miljø- og samfunnsansvarlige tiltak, men da holder seg innenfor rammene for etablert økonomisk teori og praksis. På mange måter handler det om å redusere problemer knyttet til miljø og klima gjennom symptombehandling (Dybvig et al., 2013). Økologisk økonomi bryter med den grunnleggende forståelsen av forholdet mellom økonomi, natur og samfunn og vil skape en økonomi som samsvarer med de økologiske grensene naturen setter. Retningen bygger på idéen om at økologiske og sosiale systemer ikke må ses på som ressursbaser for økonomisk virksomhet, men at økonomisk virksomhet må begrunnes i en sosial eller økologisk kontekst. Ved å endre økonomiens grunnleggende forutsetninger er ønsket å ikke bare behandle symptomene av miljøskadelige aktiviteter, men redusere årsaken til at miljøproblemene oppstår (Dybvig et al., 2013).

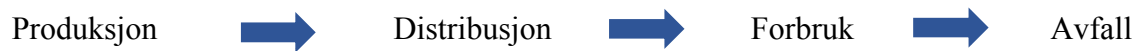
Vi kan se grønn økonomi og økologisk økonomi i sammenheng med Haarstad og Rusten (2018) sine grunnsyn på omstilling. Grønn økonomi representerer da det ene ytterpunktet hvor man tar utgangspunkt i eksisterende næringer og institusjoner i omstillingen. Økologisk økonomi representerer det andre og fremmer en mer radikal omlegging av næringer og institusjoner fordi man ser på disse som en grunnleggende årsak til miljøutfordringene (Dybvig et al., 2013; Haarstad & Rusten, 2018). Sistnevnte er også den tilnærmingen som har mest fellestrekk med teori om bærekraftig transisjon (Markard, 2017; Markard et al., 2012).

Det er utfordrende å kategorisere gründerne jeg har intervjuet inn under en av disse økonomiene. Trolig befinner de seg et sted i mellom disse ytterpunktene. Det er imidlertid ikke viktig for studien å plassere gründerne i en av disse økonomiene eller grunnsynene på omstilling. Det sentrale i denne sammenhengen er at de representerer et nytt syn på økonomi og omstilling som skal bidra til en bærekraftig utvikling og overgang til en grønnere økonomi (Bergset & Fichter, 2015).

#### 2.4 Sirkulære verdikretsløp

Grønn økonomi og økologisk økonomi er to retninger innen økonomi som bygger på en annen etikk og et annet menneskesyn enn det vi finner i dagens neoklassiske økonomi. Sirkulære verdikretsløp er en tredje (Dybvig et al., 2013). For å sikre en bærekraftig framtid må holdninger og praksis knyttet til utnyttelse, produksjon og konsum av ressurser endres. I dagens

blandingsøkonomi er det den lineære verdikjeden som har preget samfunnet. Rusten og Tvedt (2018) forklarer at det i en lineær økonomi hentes ut ressurser som fordeles og blir til produkter. Produktene brukes frem til de blir ødelagt eller forbrukeren ønsker å bytte de ut og de blir da til avfall. Se Figur 1 som viser en forenklet lineær verdikjede.



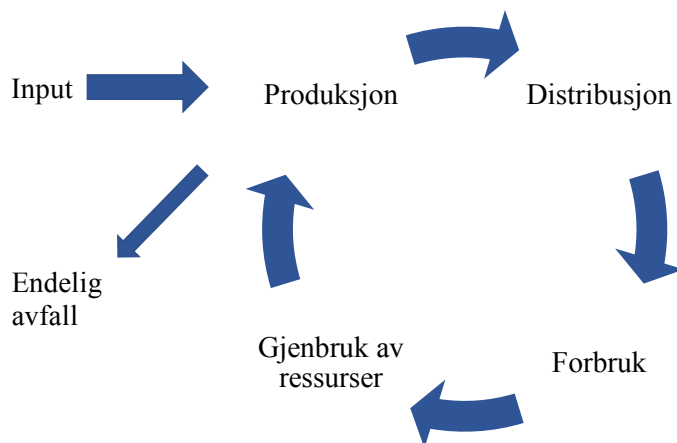
*Figur 1: Forenklet lineær verdikjede.*

Med et globalt økende folketall, samt kraftig vekst i hver innbyggers forbruk, ser vi fysiske begrensninger ved denne økonomiske modellen. Slik utnyttelse av ressurser er ikke holdbart i lengden og innebærer begrensninger knyttet til ressursknapphet samtidig som det skaper klima- og forurensningsproblemer. Det er nødvendig med en omlegging til et system med bedre ressursutnyttelse og mindre klimagassutslipp (Rusten & Tvedt, 2018).

Meld. St. 45 (2016-2017) utarbeidet av Klima- og miljødepartementet (2017) belyser flere av de store bærekraftsutfordringene vi står overfor. Her blir sirkulær økonomi presentert som en del av løsningen på utfordringene. Departementet ser på måten vi utnytter ressurser i dag som problematisk. For å lette på presset på naturressursene, er det avgjørende at vi klarer å utnytte de ressursene vi har på en mer effektiv måte (Klima- og Miljødepartementet, 2017). Sirkulære verdikretsløp, eller sirkulær økonomi, er en måte å tenke og organisere på som bygger på de samme prinsippene som biologiske økosystemer. I motsetning til lineær økonomi, er det et mål i seg selv at ressursene skal forbli i produksjonssystemet så lenge som mulig. Dette skal oppnås ved å effektivisere og etterstrebe mest mulig miljøvennlige utfall i alle ledd i produksjonsprosessen. Sirkulære verdikretsløp vil gi langt bedre ressursforvaltning og fører til mindre forurensing og avfall da det innebærer et bredere syn på hva som er ressurser (Cooper, 2010 sitert i: Rusten & Tvedt, 2018).

I praksis fungerer sirkulær økonomi slik at ulike aktører deltar i nettverk hvor verdikjeder blir knyttet sammen slik at den enes output blir den andres input. På den måten blir verdiløst avfall til verdifulle ressurser. Se Figur 2 som viser en forenklet sirkulær verdikjede. Gjennom slik redistribusjon blir behovet for input mindre, og det blir mulig å produsere mer velferd innenfor naturens tåleevne (Dybvig et al., 2013). Dagens trend behøver ikke å være avgjørende for vår

fremtid, det er det de valgene vi tar i dag som avgjør. Gjennom smartere og fremtidsrettede beslutninger kan vi snu trendene i naturressursforbruk, noe som vil forbedre livskvaliteten for alle (Earth overshoot day, 2018b).



Figur 2: Forenklet sirkulær verdikjede.

For å omstrukturere til en sirkulær økonomi må det iverksettes systemer som kan håndtere materialstrømmer basert på gjenbruk, energi- og materialgjenvinning og forsvarlig deponering. Det er nødvendig med radikale endringer i forsyningskjeder, særlig med tanke på reduksjon, gjenbruk og resirkulering (Newton & Cantarello, 2014). Det kreves også at aktørene i verdikjeden tar hensyn til hverandre og planlegger slik at det er enklere å holde materialer i kretsløpet (O. Jakobsen & Ingebrigtsen, 2004). Får vi til dette vil vi skape nye arbeidsplasser, få sikrere mattilgang, økt verdiskaping og lavere klimagassutslipp. Ifølge SINTEF (2018) er ansvaret for å skape en sirkulær økonomi fordelt på både bedrifter, myndigheter og forbrukere:

- ”Det vi produserer må ha lang levetid og være av høy kvalitet.
- Materialer som blir til overs etter produksjon må utnyttes.
- Forretningsmodeller må endres.
- Myndighetene må legge opp til at det blir attraktivt for næringsliv, industri og forbrukere å ”tenke sirkulært”.

Det å drive en virksomhet i samsvar med de grensene naturen setter trenger nødvendigvis ikke å være en lønnsom strategi for bedrifter (Dybvig et al., 2013). Ofte er det heller ikke økonomisk

lønnsomt for forbrukeren å velge produkter og tjenester som er miljøvennlige fremfor de som ikke er det. For at en forbruker skal velge et produkt som er dyrere sammenlignet med et tilsvarende produkt til en billigere pris, må det ligge en annen merverdi i det dyreste produktet. For noen er det merverdi nok at produktet er fremstilt på en mer miljøvennlig og etisk rettferdig måte, mens for andre veier ikke disse faktorene like tungt (Laroche, Bergeron & Barbaro-Forleo, 2001). I praksis betyr det derfor mye at myndigheter legger til rette for at det blir attraktivt å ”tenke sirkulært” både for næringsliv, industri og forbruker som SINTEF (2018) har listet opp som siste punkt ovenfor. Det faktum at effektiv ressursbruk er god økonomi er et insentiv for bedrifter i seg selv (Klima- og Miljødepartementet, 2017). En politikk for sirkulær økonomi kan derfor være fordelaktig for næringslivets grønne konkurransekraft (Klima- og Miljødepartementet, 2017). I dagens system er mer effektiv ressursbruk likevel kanskje ikke tilstrekkelig for å skape den grønne omstillingen vi behøver. Trolig er det behov for dette i tillegg til en mer radikal omlegging av systemer i tråd med Dybvig et al. (2013), Markard (2017) og Rusten og Tvedt (2018).

I arbeidet med å skape en grønn omstilling kreves det at både politikerne, næringslivet og enkeltmennesket er med på laget. Det er behov for innovasjon og entreprenørskap som kan skape nye, fremtidsrettede og bærekraftige løsninger og næringer.

## 2.5 Entreprenørskap og bærekraft

Joseph A. Schumpeter er en av de mest innflytelsesrike teoretikerne innen entreprenørskaps litteraturen. Han var en av de første som pekte på entreprenørskap som den viktigste drivkraften i økonomisk utvikling (Swedberg, 2000). I Schumpeters første forståelse av entreprenørskap, var entreprenøren en radikal endringsagent som koblet ressurser på nye måter og på den måten skapte brudd i markedets likevektspunkt. Senere i livet ble han mer opptatt av store foretak som drev med forskning og utvikling. Han så på slike institusjoner som drivere av utvikling fordi deres aktivitet la grunnlag for nye markeder, prosesser og produkter (Hovland, 2018).

Entreprenørskap handler om å se muligheter og gjøre noe med de ved å utvikle noe nytt og levedyktig. Entreprenørskap knytter seg mest til prosess mens innovasjonsbegrepet knytter seg mer til en hendelse eller en situasjon hvor noe nytt blir introdusert og akseptert av samfunnet. (Hovland, 2018). Verdiskaping skjer altså i krysningspunktet mellom entreprenørskap og

innovasjon (Mitra, 2012). Siden innovasjon er sentralt for å skape grønn vekst (OECD, 2011), kan tilrettelegging for entreprenørskap og innovasjon bidra i arbeidet mot et grønt skifte. Politikk for entreprenørskap er i et skifte fra fokus på å øke omfanget av entreprenørskap til å øke kvaliteten på entreprenørskap. I den sammenheng har entreprenørielle økosystemer fått mer oppmerksomhet som et rammeverk for å imøtekomme denne overgangen (Stam, 2015). Dette vil jeg se nærmere på i delkapittel 2.8.

Det finnes flere ulike typer entreprenørskap, men det vil ikke være hensiktsmessig å gå inn på hver enkelt i denne oppgaven. Det vil imidlertid være relevant å gå nærmere inn på sosialt entreprenørskap og bærekraftig entreprenørskap. Dette er to typer entreprenørskap med flere likheter, men også viktige ulikheter. Mange grønne entreprenører drives av en motivasjon for å gjøre noe bedre for miljøet og samfunnet. På grunn av dette kan bærekraftig entreprenørskap forveksles med sosialt entreprenørskap (Schaltegger & Wagner, 2011). Med hovedtyngde på bærekraftig entreprenørskap vil jeg se nærmere på begge for å tydeliggjøre skillet mellom dem.

#### 2.5.1 Sosialt entreprenørskap

Sosialt entreprenørskap handler om å bidra til å løse sosiale problemer og skape verdi for samfunnet. De motiveres gjerne av sosiale formål fremfor et ønske om å skape profitt for seg selv. Det er dette som i hovedsak skiller sosiale entreprenører fra andre typer entreprenørskap. Det behøver ikke bety at andre entreprenører ikke har som mål å skape verdi for samfunnet eller løse sosiale problemer, men de er i tillegg profittdrevet og har et mål om å skape økonomisk velstand for seg selv (Abu-Saifan, 2012; Eimhjellen & Loga, 2016).

#### 2.5.2 Bærekraftig entreprenørskap

Det finnes flere ulike begrep som tar sikte på å beskrive entreprenørskap med ulike aspekter av bærekraft. Schaltegger og Wagner (2011) har laget en oversikt over noen slike begreper og skiller her mellom blant annet økoprenørskap og bærekraftig entreprenørskap. Kjernemotivasjonen i økoprenørskap er å tjene penger på å løse miljøproblemer. Økonomiske mål er altså hovedfokus, mens det å oppnå mål knyttet til miljø og bærekraft ses som en integrert del av det å generere profitt. Bærekraftig entreprenørskap bidrar til bærekraftig utvikling på en mer omfattende måte. Denne type entreprenørskap forsøker ikke bare å bidra til bærekraftig utvikling av organisasjonen i seg selv, men også til samfunnet som helhet gjennom en

suksessfull bedrift. Felles for begge er at de er tar sikte på å løse bærekraftsutfordringer samt at de har økonomiske mål (Schaltegger & Wagner, 2011). Bergset og Fichter (2015) beskriver bærekraftig entreprenørskap som en type entreprenørskap som møter den såkalte triple bunnlinjen, nemlig verdiskaping knyttet til miljø, økonomi og sosial verdi gjennom innovasjon. Schaper (2016) bruker begrepene økoprenørskap, bærekraftig entreprenørskap og grønt entreprenørskap om hverandre. Han trekker frem to elementer som karakteriserer denne formen for entreprenørskap. For det første er det entreprenørielt på et vis. Det betyr at alle grønne entreprenører driver forretningsvirksomhet som involverer en form for risiko hvor det er usikkert hvor mye man får igjen og hvor muligheten for å mislykkes er til stede. Videre må de i likhet med andre entreprenører identifisere forretningsmuligheter, utnytte den, skaffe de nødvendige ressursene og sørge for utvikling og vekst. Det som gjør bærekraftige entreprenører bærekraftig, er som Schaper peker på som det andre elementet, nemlig at deres kommersielle aktivitet har en positiv effekt på miljøet og bidrar til en mer bærekraftig fremtid (Schaper, 2016).

I denne oppgaven er det fellestrekkene mellom de ulike begrepene som er viktige. Disse fellestrekkene oppsummeres godt i den nevnte definisjonen til Schaper (2016), nemlig at deres kommersielle aktivitet har en positiv effekt på miljøet og bidrar til en bærekraftig fremtid. Denne definisjonen sier noe om både økonomi, miljø og sosial verdi som også er viktige elementer i de andre definisjonene (Bergset & Fichter, 2015; Schaltegger & Wagner, 2011). Det er derfor ikke nødvendig å skille mellom bærekraftig entreprenørskap, grønt entreprenørskap og økoprenørskap. Av praktiske årsaker vil jeg derfor i det videre bruke bærekraftig entreprenørskap som et samlebegrep for denne typen entreprenørskap. I sammenheng med bærekraftig entreprenørskap finner vi begrepet ”miljøinnovasjon”. Med miljøinnovasjon forstås ”Nye eller modifiserte prosesser, teknikker systemer og produkter for å unngå eller redusere skader på miljøet. De kan være enten tekniske eller organisatoriske innovasjoner” (Rene & Anthony, 1998, s. 1).

Bærekraftig entreprenørskap har blitt mer aktuelt som virkemiddel for å nå målet om en grønnere økonomi. Det henger sammen med en økende bevissthet og akuttet knyttet til globale utfordringer som klimaendringer, forørkning, nedgang i biologisk mangfold og konflikter som oppstår på grunn av begrensede naturressurser (Bergset, 2018). Bærekraftige oppstartsbedrifter kan gjennom radikale innovasjoner være av essensiell betydning i overgangen til en grønn eller økologisk økonomi. Ved å introdusere bærekraftig innovasjon i markeder kan entreprenørene

bidra til en bærekraftig omstilling mot et samfunn som samsvarer med de grensene naturen setter (Bergset & Fichter, 2015).

## 2.6 Næringslivets rolle i det grønne skiftet

For snart 30 år siden sa tidligere statsminister Gro Harlem Brundtland følgende om klimautfordringene: ”Næringslivet har vært en del av de problemene vi står overfor nå, men holder også nøkkelen til løsningen.” (Gro Harlem Brundtland (1990) sitert i: Rusten & Tvedt, 2018). Like gjeldende er det i dag. Spørsmålet er hvordan vi kan sikre utvikling, verdiskaping, velferd, arbeidsplasser og velstand samtidig som vi tar vare på miljøet (Bjartnes, 2015).

Ivaretagelse av miljøet har tradisjonelt vært myndighetenes oppgave, men i det siste har næringslivet både blitt tildelt og selv tatt mer ansvar. Historisk sett tyder det på at bedrifters miljøengasjement i stor grad samvarierer med samfunnets fokus på miljøspørsmål generelt. Bedrifter blir påvirket av juridiske bestemmelser, krav i markedet og etikk som krever at bedriften tar miljø- og samfunnsansvar (O. Jakobsen & Ingebrigtsen, 2004). I 2015 publiserte Innovasjon Norge en rapport med navn ”Drømmeløftet”. Her utforskes blant annet mulighetsrommet for fremtidig politikkutforming knyttet til innovasjon. Hensikten var å samle inn informasjon av relevans for fremtidig politikkutforming. I arbeidet med rapporten ble det igangsatt flere arrangementer hvor mange ulike aktører i næringslivet fikk dele sin kunnskap, sine erfaringer og forslag til fremtidig politikkutforming. Koch, Langeland, Muth, Mathisen og Johnsrud (2015) sammenstilte ideene og formulerer de som ”drømmer” i rapporten. Det viser seg at flere er opptatt av entreprenørens rolle i å fornye næringslivet. I tillegg påpekes offentlig sektor sin rolle som viktig av mange. Myndighetene har en påvirkningskraft gjennom anskaffelser, lover, forskrifter og stortingsmeldinger som det er viktig at de anerkjenner og bruker konstruktivt. Flere av deltakerne understrekte også behovet for et bærekraftig næringsliv (Koch et al., 2015).

Miljømessige effekter av næringsvirksomhet kan knyttes til både produksjon og drift samt de produktene og tjenestene bedriftene forsyner markedet med. Effektene kan være positive eller negative (Rusten & Tvedt, 2018). Næringslivet kan bidra til en positiv miljøeffekt ved å ta i bruk miljøteknologi, nye forretningsmodeller og organisere seg på en måte som er mindre belastende for jorda. På den måten kan de være bidragsyttere til en grønn omstilling av økonomien. Dette understøttes av Klima- og miljødepartementet (2014) som også peker på næringslivet som en sentral drivkraft i det grønne skiftet. Næringslivet er pådriver for

teknologit utvikling og innovasjon som er viktige elementer i en grønn omstilling. De grønne motivasjonene hos bedrifter kan ifølge Rusten og Tvedt (2018) fremstilles som en idealisert modell på tre nivåer:

- ØKO-legitimitet: foretaket tar grønt ansvar ved å innrette seg etter lover og reguleringer, men ingen grønn innsats ut over dette.
- ØKO-profilering: Her legger bedriften miljøkomponenten som en aktiv del av markedsføringen.
- ØKO-effektivitet: Her utgjør grønne dimensjoner et kjernekonsept i virksomheten.

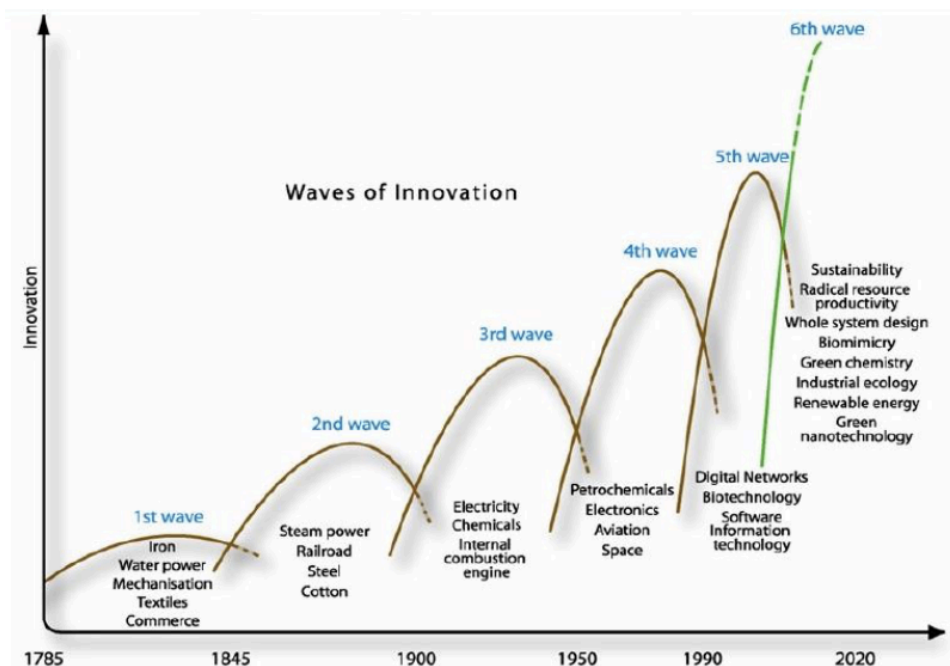
I denne idealiserte modellen vil ØKO-effektivitet, som er den klart grønneste strategien, også gi best kommersiell uttelling (Rusten & Tvedt, 2018). I virkeligheten er det derimot ikke så enkelt at en grønn strategi alltid lønner seg (Dybvig et al., 2013). Bærekraftige entreprenører kan møte på problemstillinger tradisjonelle entreprenører ikke møter på. Schick, Marxen og Freimann (2002) har forsket på bærekraftproblemer for gründere som har en oppstartsbedrift. De intervjuet gründere og bedriftsrådgivere som retter seg mot oppstartsbedrifter. Utvalget av gründerne var en blanding av tradisjonelle og økologisk-orienterte. Resultatene deres viser at det eksisterer flere barrierer knyttet til bærekraft i oppstartsprosessen. En av utfordringene knytter seg til offentlige midler for å fremme bærekraftige bedrifter. Dette gjaldt særlig for grønne oppstartsbedrifter som har ekstra kostnader som et resultat av deres bærekraftige forretningspraksis. I artikkelen argumenteres det for at det vil være rimelig at offentlige finansieringsordninger derfor sørger for ekstra godtgjørelse til slike prosjekter, spesielt med tanke på at de er med på å redusere de offentlige kostnadene til miljøvern. Videre konkluderer de med at mer kunnskap om bærekraftige utfordringer hos rådgivere er viktig for at nye bærekraftige virksomheter skal etableres. Her er de rådgiverne som har tidlig kontakt med oppstartsbedrifter spesielt viktige (Schick et al., 2002).

Selv om ansvaret for å lykkes først og fremst hviler på gründeren selv, er det i teorien mye myndighetene og virkemiddelapparatet kan gjøre å løfte de opp og frem. Som Rusten og Tvedt (2018) påpeker kan dårlig fungerende lovverk, kontroll og oppfølging være en årsak til at det er vanskelig å lykkes med en ØKO-effektiv strategi. Myndighetenes rolle understrekes også av Bjartnes (2015), som peker på at bærekraft er blitt en global trend og at det skjer en dreining mot et næringsliv som er mer opptatt av klima sammenlignet med tidligere. Disse endringsprosessene må politikken støtte opp under (Bjartnes, 2015).



## 2.7 Et nytt marked

Drømmeløftet 2.0 ble publisert i 2016 og er en videreutvikling av Drømmeløftet (2015). Den nyeste rapporten rører ved store spørsmål om hvordan den norske industrien kan erobre markeder der verden har behov for nye løsninger (Koch, Hole, Traaseth, Langeland & Rogne, 2016). Weizäcker, Hargroves, Smith, Desha og Stasinopoulos (2009) argumenterer for at vi er på vei inn i et nytt paradigme: bærekraftsbølgen. Se Figur 3 som illustrerer Kondratievs bølger av innovasjon fra den første industrielle revolusjonen til den sjette bærekraftsbølgen. De mener at klimautfordringene vi har i dag skaper sine egne behov for nye bærekraftige løsninger. Det betyr at vi står overfor et nytt marked på lik linje med introduksjonen av teknologiske nyvinninger som dampkraft, elektrisitet og IT. Mulighetene for næringslivet er med andre ord potensielt store.



Figur 3: Bølger av innovasjon av den første og neste industrielle revolusjon<sup>3</sup> (Palousis, Hargroves, Paten & Smith, 2005).

Cohen og Winn (2007) har forsket på hvordan markedssvikt har bidratt til miljødelegger, men også muligheter for å skape nye teknologier og forretningsmodeller. I sin forskning fokuserer de på hvordan markedssvikt har generert entreprenørielle muligheter som potensielt ikke bare genererer profitt, men også reduserer markedssvikt, flytter markeder mot likevekt i

<sup>3</sup> Originaltekst: Waves of innovation of the first and the next industrial revolution

tilbud og etterspørsel, og ikke minst forbedrer de globale miljøforholdene. Det handler om å oppnå entreprenørielle verdier gjennom innovasjoner som reverserer eller demper forhold som ikke er bærekraftige. Slik ønsker de å vise at bærekraftig entreprenørskap har potensial til å redusere ødeleggelsene av miljøet og gradvis forbedre jordas økosystem (Cohen & Winn, 2007). Dette er også i tråd med Koch et al. (2015) som i ”Drømmeløftet” peker på mulighetene som finnes i klimakrisen. Det er et behov for alternativer som gjør oss mindre avhengig av fossilt brennstoff, og den som kan tilby det vil ha en sentral rolle i den neste fasen av verdens energiproduksjon (Koch et al., 2015). Bærekraftig entreprenørskap er ikke viktig bare fordi det gir nye muligheter for de som utnytter de, men også fordi det har potensial til å være en drivkraft i skiftet til et mer bærekraftig næringsliv (Schaper, 2002).

Ved å utnytte markedsmulighetene som har dukket opp har de bærekraftige entreprenørene skapt helt nye markeder (Cohen & Winn, 2007; Dean & McMullen, 2007). Bergset (2018) har undersøkt hvor de særegne utfordringene knyttet til finansiering i grønne oppstartsbedrifter ligger. Studien indikerer at grønne oppstartsbedrifter kan oppleve utfordringer i kontakt med investorer, herunder å finne passende investorer, få deres oppmerksomhet og formidle sin forretningsmodell. Dette er som følge av at markedet for bærekraftig entreprenørskap er nytt. Nye markeder representerer også en risiko for entreprenøren. Det kan være vanskelig å forklare investorer hva de gjør, og kanskje blir veien til mens en går (Bergset, 2018). Mangel på informasjon knyttet til å introdusere nye elementer i eksisterende markeder, eller det å etablere helt nye markeder, kan være utfordrende. Investorer kan som resultat ha problemer med å forstå relevansen av enkelte produktelementer, eller med å se muligheten for at det eksisterer en etterspørsel etter grønne produkter og tjenester, og bli skeptisk til grønne oppstartsbedrifter som investeringskategori (Bergset, 2015). Grønne oppstartsbedrifter er imidlertid like avhengig av finansielle ressurser som andre oppstartsbedrifter. Mangel på finansielle midler har dessuten blitt påpekt som en hovedgrunn til at oppstartsbedrifter ikke lykkes det første året (Bergset & Fichter, 2015). Det er med andre ord tydelig at skepsis og usikkerhet fra investorer knyttet til bærekraftig entreprenørskap kan være svært negativt for de grønne oppstartsbedriftene. Samtidig er det viktig å påpeke at utfordringer knyttet til tilgang på både finansiering, humankapital og støtteapparat er generelle utfordringer som mange gründere møter på uavhengig av om de er bærekraftige eller ikke (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015). Skepsis til nye virksomheter blant kunder og investorer er en utfordring for gründervirksomhet generelt. Jo mindre en kunde vet om en ny virksomhet, jo lavere er sannsynligheten for kjøp, dermed minsker sannsynligheten for å lykkes med bedriften. Tilgang på risikokapital reduseres

også dersom gründeren har lite erfaring og kunnskap om markedet vedkommende skal inn i. Dette gjelder spesielt for nye virksomheter og påvirker investorens bedømmelse av hvor trygt det er å investere i den aktuelle bedriften (Shepherd, Douglas & Shanley, 2000).

## 2.8 Entreprenørens økosystem

Den tradisjonelle entreprenøren skulle ofte gjøre alt selv, i senere tid har man fått øynene opp for viktigheten av eksterne relasjoner og nettverk for bedrifters overlevelse og økonomiske suksess (Ritter, 2007). Nettverk kan gi tilgang til ulike ressurser i form av informasjon, råd, samarbeidspartnere og kapital. Legitimitet er en annen fordel man kan få gjennom nettverk og mange søker det ved å assosieres med, eller få sertifisering fra, velrenommerte personer og organisasjoner. Dette er viktig for å redusere risikoen knyttet til bedriften. Positive oppfatninger fra eksterne aktører kan igjen føre til fordelaktige ressursutvekslinger som for eksempel investeringer. Gode nettverk vil med andre ord være svært positivt i en oppstartsprosess (Hoang & Antoncib, 2003). Jenssen og Koenig (2002) har forsket på effekten av sosiale nettverk på ressurstilgang og oppstartsbedrifter i Norge. De intervjuet 100 personer som har forsøkt å starte opp egen virksomhet og resultatene viser at nettverk har en positiv effekt på tilgang på informasjon, kapital og motivasjon (Jenssen & Koenig, 2002).

Behovet for nettverk er ikke særegent for grønne entreprenører, det er viktig for all type entreprenørskap. Spørsmålet er om det finnes aktører og nettverksmuligheter som passer for de bærekraftige entreprenørene. Schaper (2002) presiserer, i likhet med Bergset (2015), at det fortsatt er mye som må undersøkes innenfor området bærekraftig entreprenørskap. Herunder finne ut av hva som konstituerer en bærekraftig entreprenør da dette er et relativt underanalysert felt. Den typiske entreprenøren i Norge er den som alene eller sammen med andre har startet opp en liten virksomhet (Bergset, 2015; Schaper, 2002). Det er viktig at vi har kunnskap om fenomenet og om spesifikke norske forhold fordi entreprenørskap er helt grunnleggende for den framtidige utviklingen da det bidrar til vekst, ny forskning, skaper arbeidsplasser og verdier som bidrar til samfunnets felles velferd (NOU 2016: 3, 2016; Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Spilling, 2006). I tillegg er nisjer viktige når det kommer til å utvikle radikale bærekraftige innovasjoner, utfordre etablerte regimer og endre sosio-tekniske systemer mot å bli mer bærekraftig. Entreprenørens nettverksmuligheter påvirkes av flere faktorer i entreprenørens omgivelser. En mer konkret tilnærming til teori om nettverk er entreprenørens økosystem.

Entreprenørskap er et mangfoldig område, det er fordi entreprenørene opptrer i sammenheng med sine omgivelser. Entreprenører blir påvirket av miljøet de befinner seg i og entreprenørskapet vil være relatert til forholdene i omgivelsene. For å studere entreprenørskap må man derfor også studere de faktorene som påvirker entreprenørene og hvorvidt de representerer muligheter eller barrierer for å skape ny virksomhet. Det å studere entreprenørskap henger altså sammen med studie av systemer og samfunnsstrukturer (Spilling, 2006).

Stam og Spigel (2016, s. 1) har skrevet om entreprenørielle økosystemer og definerer det som ”Et sett av gjensidig avhengige aktører og faktorer som er koordinert på en slik måte at de muliggjør produktivt entreprenørskap innen et avgrenset område”<sup>4</sup>. Spigel (2017, s. 50) har senere definert det noe mer detaljert som ”En kombinasjon av sosiale, politiske, økonomiske og kulturelle elementer innen en region som støtter utvikling og vekst av innovative oppstartsbedrifter og oppmuntrer entreprenører og andre aktører til å ta risikoen med å starte, finansiere og på andre måter støtte høy-risiko virksomhet”<sup>5</sup>. Entreprenørielle økosystemer skiller seg fra andre lignende konsepter som industrielle distrikt, klynger og innovasjonssystemer fordi entreprenøren er i fokus når man analyserer den sosiale og økonomiske konteksten som omringer entreprenørprosessen. Myndighetene kan gjennom sin rolle og innflytelse påvirke økosystemet og dermed oppstartsfasen til bedrifter både positivt og negativt. Ved å for eksempel justere lover og reguleringer og legge til rette for utdanning kan de skape et godt økonomisk og sosialt miljø for entreprenørskap (Nicotra, Romano, Guiudice & Schillaci, 2018). Konseptet med entreprenørielle økosystemer tar egentlig sikte på å forklare standhaftigheten til såkalt ”high-growth” entreprenørskap, nemlig virksomheter som vokser mer enn andre på kortere tid og skaper flere arbeidsplasser. Dette representerer nødvendigvis ikke de gründerne jeg har intervjuet. Jeg vil argumentere for at konseptet likevel er relevant for å vurdere forutsetningene for de bærekraftige entreprenørene jeg har intervjuet. Det er med bakgrunn i at mange av elementene Spigel (2017) påpeker som viktige for entreprenørskap også blir påpekt som viktig for entreprenørskap generelt i annen litteratur (Nicotra et al., 2018; Rusten & Tvedt, 2018).

---

<sup>4</sup> Min oversettelse

<sup>5</sup> Min oversettelse

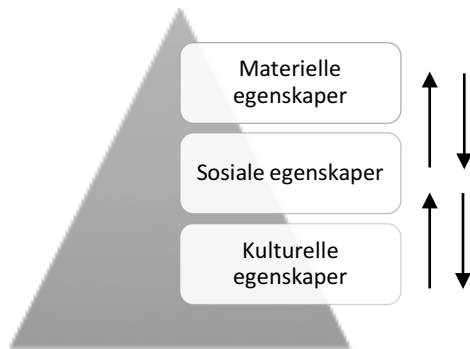
Kjennetegn ved godt fungerende og effektive entreprenørielle økosystem er at gründerbedrifter får tilgang på nødvendige ressurser. Herunder blant annet interesserte kunder, leverandører, kompetent arbeidskraft og risikovillig kapital (Clausen, Alsos & Breivik-Meyer, 2017). I en undersøkelse gjort av World Economic Forum (2013) ble over 360 000 tidligfasebedrifter fra ti ulike land spurt om å indikere hva de anser som viktigst i økosystemet for vekst av sin bedrift. Svarene viser tydelig at markedstilgang, menneskelig kapital og finansiering anses som de viktigste bidragene for vekst i tidligfasebedrifter. Spigel (2017) trekker spesielt frem tre egenskaper ved økosystemer som kan bidra til konkurransekraft for nye virksomheter. Den første er kulturelle egenskaper som gjør det enklere å dele kunnskap og å samarbeide. Disse egenskapene sier noe om den underliggende troen og aksepten knyttet til entreprenørskap og risikotaking innen en region. Nummer to er sosiale egenskaper som handler om mulighet for å bli en del av et nettverk, få kontakter og investorer. Disse ressursene kan tilegnes gjennom sosiale nettverk i en region (Spigel, 2017). Sosiale nettverk fungerer som kilder til ny kunnskap om muligheter og teknologi samt tilgang til kapital (Nijkamp, 2003; Stuart & Sorenson, 2005; Owen-Smith & Powell, 2004; Shane & Cable, 2002 sitert i: Spigel, 2017). Tredje og siste er materielle egenskaper som er de håndfaste egenskapene i en region. Herunder både fysiske steder som universiteter, støtteapparater og markeder med potensielle kunder samt mindre ”materielle” egenskaper som politikk og styring. Sistnevnte materialiserer seg gjennom lover og regler som er med på å forme blant annet hvilke offentlige støtteprogram, skattefordeler, inkubatorprogram og juridiske barrierer som finnes i en region. Derfor er politikk og styring en sentral del av den økonomiske og politiske konteksten entreprenøren opererer i. Myndighetene og universiteter kan støtte entreprenørielle kulturer og nettverk ved å fjerne institusjonelle barrierer, tilby utdanning, gi finansiell støtte til aktuelle programmer og arrangementer. De tre overordnede egenskapene til entreprenørielle økosystemer har ytterligere elleve tilhørende egenskaper. Disse konkretiserer innholdet i de tre overordnede egenskapene (Spigel, 2017). Se systematisering av disse egenskapene i Tabell 1.

Type egenskap	Egenskap
Materielle egenskaper	Politikk og styring
	Universiteter
	Støtteapparat
	Fysisk infrastruktur
	Åpne markeder
Sosiale egenskaper	Arbeidskraft
	Investeringskapital
	Nettverk
	Mentorer og rollemodeller
Kulturelle egenskaper	Støttende kultur
	Historier om entreprenørskap

Tabell 1: Egenskaper ved entreprenørielle økosystemer (Spigel, 2017).

Vi kan se disse elleve egenskapene i sammenheng med egenskapene listet opp av gründerne i rapporten til World Economic Forum. De egenskapene som ble rangert som viktigst for vekst i tidligfasebedrifter i rapporten var markedstilgang, menneskelige kapital og finansiering, de fikk en viktighetsscore på ca 60% hver. Med utgangspunkt i Tabell 1 kan vi kategoriseres disse inn under sosiale og materielle egenskaper. I undersøkelsen til World Economic Forum fikk kulturell støtte en viktighetsscore på 18%, denne egenskapen kan kategoriseres inn under kulturelle egenskaper i Tabell 1. Dette tyder på at gründerne selv verdsetter sosiale og materielle egenskaper mest (Spigel, 2017; World Economic Forum, 2013).

Forholdet mellom egenskapene i et økosystem er ikke hierarkisk, utviklingen av en egenskap kan støtte og forsterke de andre. For eksempel kan støtteapparater være viktig for å fremme lokale nettverk. Dette oppmuntrer nye aktører til å delta i nettverksaktiviteter ved å øke de finansielle, tekniske og rådgivende ressursene i økosystemet (Spigel, 2017). Forholdet mellom økosystemers egenskaper er illustrert i Figur 4.



Figur 4: Forholdet mellom økosystemers egenskaper (Spigel, 2017).

Det vi kan se av Tabell 1 og Figur 4 er som sagt at kulturelle, sosiale og materielle egenskaper i et økosystem er bestemmende for kvaliteten på det aktuelle økosystemet. Offentlige og private aktører påvirker økosystemet til entreprenøren gjennom lover og regler, tilstedeværelse, aktivitet og interesse i gründermiljøet. Videre påvirker kulturen i regionen den underliggende troen og framtidsutsikten for entreprenørskap. Sammen kan disse egenskapene støtte og forsterke hverandre og danner forutsetningene for entreprenørskap i en region (Spigel, 2017).

Spilling et al. (2002) har skrevet en rapport hvor de belyser betydningen av entreprenørskap for utvikling i næringslivet. For å legge til rette for dette konkluderer de med at et er et behov for mer systematiske strategier i regional- og næringspolitikken. Deres forslag knyttes i hovedsak til utvikling av nettverk i form av møteplasser spesielt for entreprenører og investorer, samt styrking av de finansielle virkemidlene, da særlig finansieringsordninger rettet mot den tidlige utviklingsfasen. I tillegg foreslår de justering av rammebetingelser og reguleringer som er hemmende eller ugunstige for næringsutvikling og enkelte næringssektorer (Spilling et al., 2002). Viktigheten av nettverk for oppstartsbedrifter overlevelse og økonomiske suksess understrekes også av både Ritter (2007), Hoang og Antoncib (2003) og Jenssen og Koenig (2002). Videre understøttes det som hensiktsmessig med en styrking av de finansielle virkemidlene av Schaper (2016). Han peker på at statlige tilskudd og skattefordeler kan ha en vesentlig betydning for gründere sin mulighet til å lykkes.

Finansiering ble som nevnt rangert som en av de viktigste elementene for vekst av egen bedrift i World Economic Forum (2013) sin undersøkelse og investeringskapital nevnes av Spigel (2017) som en viktig sosial egenskap ved entreprenørielle økosystemer. I en meldingen til Stortinget av Nærings- og fiskeridepartementet (2017) understrekes det at utvikling og omstilling av næringslivet forutsetter tilgang på kapital. Det er imidlertid mye som tyder på at

små og mellomstore bedrifter kan oppleve utfordringer med å få kontakt med investeringsvillig kapital, dette selv om det ikke er mangel på kapital i Norge totalt sett. Denne utfordringen utpekes også av Bergset og Fichter (2015) som i sin studie konkluderer med at grønne oppstartsbedrifter har potensial til å bidra til en transformasjon til en bærekraftig og grønn økonomi, men at de trolig trenger bedre tilgang på finansiering for å nå dette potensialet (Bergset & Fichter, 2015). Forskningen viser med dette at tilgang på finansiering i form av investeringskapital, støtte eller lån er sentralt for vellykketheten til en oppstartsbedrift. Samtidig pekes det på utfordringer med å få tilgang på kapital og at det kan være et hinder for utvikling i SME-bedrifter (Bergset & Fichter, 2015; Clausen et al., 2017; Nærings- og fiskeridepartementet, 2017; Spigel, 2017; World Economic Forum, 2013). Det er viktig å skille mellom de utfordringene som er synlige på overflaten og de fundamentale årsakene til hvorfor disse utfordringene dukker opp. Både tilgang på menneskelig kapital og finansiering avhenger i stor grad av utdanningsinstitusjoner og finansielle markeder som styres av myndigheter og offentlige organisasjoner (Stam, 2015).

Clausen et al. (2017) har undersøkt hvilke aktører en utvalgt gruppe gründere i Norge har vært i kontakt med og hvor viktig denne kontakten har vært for utvikling av bedriften. Informantene i undersøkelsen er ulike inkubatorbedrifter i Siva-støttede inkubatorer. Resultatene viser at i tillegg til det inkubatormiljøet de er en del av, har 95% vært i kontakt med tre eller flere andre eksterne aktører. De har hatt mest kontakt med offentlige aktører, kunder, etablerte bedrifter/industrielle partnere og leverandører. Offentlige aktører har hatt størst betydning for bedriftens utvikling og fått en score på 5,2 på en skala fra 1 til 7 hvor 7 er svært stor betydning (Clausen et al., 2017).

Et funksjonelt økosystem har en infrastruktur som er tilrettelagt for entreprenørskap og innovasjon. Det er derfor et godt utgangspunkt for bærekraftig omstilling hvor grønne oppstartsbedrifter er en sentral utvikler av radikale bærekraftige innovasjoner (Bergset & Fichter, 2015). Myndighetene sin påvirkning gjennom offentlig politikk er et avgjørende element i bærekraftig transisjon og tilrettelegging for oppstartsbedrifter bør derfor være viktig i innovasjon- og miljøpolitikk (Bergset & Fichter, 2015; Markard et al., 2012). Når infrastrukturen er på plass er det opp til entreprenøren selv å ta nytte av de ressursene som foreligger for å bygge opp en levedyktig virksomhet.



## 2.9 Sett pris på miljøet

Bedrifter påvirkes av den politikken som føres og må rette seg etter de lover og regler som blir fastsatt av myndighetene (Nærings- og fiskeridepartementet, 2016). Skatteordninger er et eksempel på reguleringer som styres av myndighetene og som påvirker bedrifters virksomhet og handlinger. Flere argumenterer for at man må tenke nytt når det kommer til skatteordningene - at man må stimulere til ønsket utvikling gjennom et grønt skatteskifte. Det innebærer at staten må sikre en regulering som bidrar til gode markeder for grønne løsninger. Det vi vil ha mindre av må skattlegges mer, og det vi vil ha mer av må skattlegges mindre (Dybvig et al., 2013; Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft, 2016). Statlige tilskudd og skattefordeler kan ha en vesentlig betydning for gründerne sin mulighet for å lykkes i markedet (Schaper, 2016). Isaak (2016) argumenterer også for at høyere skattlegging av ressursbruk vil oppmuntre til å kutte kostnader knyttet til ressursbruk og stimulere til bærekraftig entreprenørskap.

Bosquet (2000) har sett nærmere på effekten av grønt skatteskift. Han definerer det som prosessen med å forflytte skattebyrden fra sysselsetting, inntekt og investeringer til forurensing, ressurstømming og avfall. På den måten skal økt skattelegging av miljøskadelig aktivitet erstatte noe av skatteinntektene fra aktivitet vi ønsker mer av, slik som arbeidskraft og investeringer. Det høres flott ut i teorien, men spørsmålet er om det fungerer i praksis. I sin forskning konkluderer han med at grønt skatteskift kan, under visse forutsetninger, føre til forbedring i både miljøet og økonomien. Særlig når miljøskatteinntektene fører til kutt i skatter på arbeidskraft ser man gevinster i miljøet, en økning av antall arbeidsplasser og økt produksjon i miljøvennlige sektorer (Bosquet, 2000). Det er altså mulig å skape en positiv virkning for miljøet gjennom et grønt skatteskift, men det er avhengig av utgangspunktet samt hvordan en ny ordning blir seende ut (Bosquet, 2000; Schöb & Koskela, 1999).

## 2.10 Virkemiddelapparatet

I Norge har vi et omfattende apparat av ulike offentlige aktører og organisasjoner som skal gjøre det enklere å utvikle ideer og bringe de ut i et marked. Disse aktørene og ordningene er virkemiddelapparatet vårt og består av offentlige institusjoner, organisasjoner, programmer og støttetiltak (Hoff, 2018). De fleste gründerne er helt avhengig av å få hjelp av virkemiddelapparatet for å realisere sine ideer. Apparatet har derfor mye å si for hvilke produkter og tjenester som når frem i markedet. Da er det viktig å gjøre virkemiddelapparatet og innovasjonsvirkemidlene så effektive som mulig. De mest sentrale aktørene i

virkemiddelapparatet i Norge er Siva, Innovasjon Norge og Forskningsrådet. Disse bidrar til å skaffe de ressursene gründerne trenger for å etableres og utvikle seg (Clausen et al., 2017).

Finansiering av oppstartsbedrifter gjennom statlige tilskudd eller lån er en viktig del av jobben til virkemiddelapparatet. Slike midler kan i hovedsak tildeles prosjekter som er samfunnsøkonomisk lønnsomme og som kan bli bedriftsøkonomisk lønnsomme etter støtte. Overordnede politiske mål er en av indikatorene på om en bedrift er samfunnsøkonomisk lønnsom og er derfor av stor betydning for hvilke bedrifter som får tildelt midler fra virkemiddelapparatet (Spilling et al., 2002). Skal vi gjøre noe med klimautfordringene kreves det at vi går over til et lavutslippssamfunn påpeker Nærings- og fiskeridepartementet (2016). Da er det behov for gründere som bidrar til et grønnere næringsliv. For å få til dette må det legges til rette gjennom gode vilkår for å starte og drive næringsvirksomhet. Bedrifter opererer ikke i vakuum, men påvirkes av politikken som føres (Nærings- og fiskeridepartementet, 2016). I en rapport utarbeidet av regjeringens ekspertutvalg for grønn konkurransekraft i 2016, har utvalget kartlagt hva Norge må gjøre for å skape grønn konkurransekraft. Et av deres funn er ikke overraskende at behovet for omstilling er stort og at tiden er knapp. Norge trenger nye grønne arbeidsplasser og ressurseffektiv verdiskaping i et lavutslippssamfunn. Da er det viktig at de områdene som er viktigst for den grønne omstillingen får effektiv støtte av virkemiddelapparatet. Dette er myndighetene sitt ansvar. To av ekspertutvalgets viktigste anbefalinger er:

- ”Virkemiddelapparatet må konsekvent legge til rette for grønn innovasjon
- Staten må sette gode rammebetingelser og spilleregler som premierer utviklingen av et grønt og konkurransedyktig næringsliv”

(Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft, 2016).

Norge har per i dag et stort virkemiddelapparat med flere ulike støtteordninger for gründere. Noen mener til og med at det er for stort og derfor vanskelig å manøvrere seg i. Spørsmålet er om det er tilpasset behovene til grønne entreprenører. Er virkemiddelapparatet skrudd sammen på en måte som ikke bare skaper vekst, men også muliggjør en grønn omstilling? Det er et av spørsmålene jeg forsøker å svare på i denne oppgaven. Videre vil jeg redegjøre for de aktørene i virkemiddelapparatet i Trondheim som er mest relevante for denne oppgaven. Disse er Innovasjon Norge, Trondheim kommune og Trøndelag fylkeskommune, Climate KIC og Leiv Eiriksson Rådgiving og Analyse. Det er ikke helt riktig å si at Trondheim kommune og Trøndelag fylkeskommune er en del av virkemiddelapparatet, men som offentlig myndighet er

de av stor betydning for hva som rører seg av entreprenøriell aktivitet i regionen gjennom politikk og praksis. Jeg har valgt å ta de med i kapitlet for virkemiddelapparatet for enkelhet skyld.

#### 2.10.1 Innovasjon Norge

Innovasjon Norge er en organisasjon som forvalter offentlige midler. Det er de som på vegne av fylkeskommunen finansierer enkeltbedrifter gjennom blant annet etablererstipend (Trøndelag fylkeskommune, 2019). Deres formål er å bidra til bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling. Dette skal de gjøre ved å fokusere på entreprenører, vekst i bedrifter og skape miljø for innovasjon (Innovasjon Norge, 2018).

Som forvalter av offentlige midler har Innovasjon Norge et samfunnsansvar og bør derfor fremme bærekraftig utvikling i arbeidet de gjør. Innovasjon Norge og deres bistand er helt sentral for mange gründere. De har stor påvirkningskraft over hvilke idéer som realiseres og ikke fordi de bestemmer hvem som får motta slik støtte. Mye tyder på at Innovasjon Norge ønsker å løfte frem bærekraftige løsninger og grønn vekst. I 2015 publiserte de som nevnt rapporten med navn ”Drømmeløftet”. I rapporten konstaterer Innovasjon Norge at det er et behov for et bærekraftig næringsliv. I 2016 publiserte Innovasjon Norge oppfølgingsrapporten Drømmeløftet 2.0. Her presenterte de blant annet ti anbefalinger knyttet til miljø og bærekraft med utgangspunkt i en rekke samtaler med ulike sentrale norske bedrifter og organisasjoner. Innovasjon Norge anbefaler at stat og kommune skal legge til rette for en raskere utvikling av bærekraftige løsninger gjennom nye krav og reguleringer (Koch et al., 2016). Det er tydelig at Innovasjon Norge ønsker å fremme grønn næringsutvikling og ta en aktiv rolle i den forstand. Deres tjenester skal ifølge dem selv ”Bidra til å løfte de prosjektene som har størst nytte for samfunnet. Derfor er god forskningsetikk i bedriften og bærekraft i prosjektet viktige vurderingskriterium når vi vurderer søknader” (Innovasjon Norge, 2019).

#### 2.10.2 Trondheim kommune og Trøndelag fylkeskommune

Kommunen og fylkeskommunen påvirker gründermiljøet og entreprenørens økosystem gjennom blant annet politikk, budsjetter og innkjøp. I dag fungerer Trondheim kommune som en førstelinjetjeneste for gründere som har en forretningsidé. De skal være et informasjonsorgan hvor man kan stille spørsmål og få råd knyttet til kvaliteten på idéen og hvor man eventuelt bør søke veiledning videre, som ofte kan være Innovasjon Norge (Kommunal- og

moderniseringsdepartementet, 2017). Et av ansvarsområdene til fylkeskommunen er å bevilge regionale- og distriktspolitiske utviklingsmidler i tråd med vedtatte prioriteringer. Dette innebærer både prosjekter og strategier, blant annet prosjekter for å legge til rette for utvikling av bedrifter i eget fylke. På den måten er de med på å bestemme satsningsområder. Fylkeskommunen gir også oppdrag til Innovasjon Norge, SIVA og Forskningsrådet basert på regionale prioriteringer (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2018; Trøndelag fylkeskommune, 2019). Det kan se ut til at kommunen ønsker å legge til rette for gründere, det kommer blant annet frem gjennom det brede inkubatormiljøet som finnes i dag. I 2016 vedtok også Bystyret at "... Trondheim kommune skal bli den beste kommunen i Norge til å legge til rette for gründerskap og innovasjon" (Bystyret, 2016).

"Trondheimsregionen" er et samarbeid mellom ni kommuner i Trøndelag som skal styrke regionen (Trondheimsregionen, 2019). I den strategiske næringsplanen for Trondheimsregionen 2017-2020 defineres en rekke mål for videre utvikling. Her konkretiseres det at Trondheimsregionen skal arbeide for å forsterke gründerkulturen og gründerkompetansen. De har også en ambisjon om å være det område i Norge hvor det er lettest å starte nye bedrifter. Videre skal de jobbe for at kommersialisering av teknologi bidrar til det grønne skiftet (Trondheimsregionen, 2016). I 2017 bevilget bystyret 2 millioner kroner til styrking av økosystemet for nyskaping. Dette for å få på plass en bærekraftig økonomisk modell til det mangfoldige innovasjonsmiljøet som vokser frem i Trondheimsregionen. Midlene ble fordelt i dialog med NTNU Accel, DIGS og Work-Work som er viktige aktører i gründermiljøet i Trondheim (Trondheim Kommune, 2019).

### 2.10.3 Climate-KIC

Climate-KIC jobber for å akselerere overgangen til en null-karbon økonomi. De er et landsoverskridende kunnskaps- og innovasjonssamfunn bestående av partnerskap som samler bedrifter, forskningsmiljøer og universiteter. De har kontorer over hele Europa og er EU sitt hovedinitiativ til klimainnovasjon (Climate-KIC, 2018b). De har etablert seg i Norge gjennom et samarbeid med NTNU og tilbyr blant annet et program kalt "The greenhouse". Programmet er rettet mot entreprenører som har en klimarelevant forretningsidé. Programmet tilbyr opp til seks måneder med støtte og opp til 25 000 euro i finansiering. Støtten inkluderer blant annet coaching, workshops og tilgang på en plass å jobbe (Climate-KIC, 2018a). Climate-KIC er den

eneste av de fire aktørene i virkemiddelapparatet jeg undersøker i denne studien som er fullt og helt dedikert til å fremme klimainnovasjon.

#### 2.10.4 Leiv Eiriksson Rådgiving og Analyse (LERA)

LERA er et analyseselskap som tilbyr rådgiving til bedrifter, organisasjoner og myndigheter (LERA, 2019). På oppdrag av Trondheim kommune har de en rolle som etablererveileder for alle som ønsker tips og råd om det å være gründer og har et ønske om å starte egen bedrift. LERA er også godkjent instans for å foreta næringsfaglig vurdering av forretningsideen. Det innebærer en vurdering av hvorvidt den enkelte gründeren kvalifiserer til å motta dagpenger fra NAV i oppstartsfasen (Min Veileder, 2019). På den måten påvirker LERA hvem som får denne fordelene. Å motta dagpenger fra NAV kan bety at man har mulighet til å vie langt mer tid og ressurser til å utvikle forretningsideen sin fordi man har en trygg inntekt på siden. Det kan med andre ord være avgjørende for prosjektets utvikling og igangsettelse. LERA påvirker også gründerne i måten de gir råd på og i hvilken grad de gir uttrykk for å ha tro på ideen eller ikke i rollen som etablererveileder. Det fremkommer ingen informasjon om grønt næringsliv, miljø eller bærekraft fra nettsidene tilknyttet LERA (LERA, 2019; Min Veileder, 2019). Det betyr ikke nødvendigvis at dette ikke er faktorer som tas hensyn til når rådgiverne i LERA vurderer forretningsideer, men det kan tyde på med at det ikke er noe det går aktivt ut for å fremme.

#### 2.11 Sammenfatning av teori

Det kommer tydelig frem fra flere hold at et grønt skifte er ønskelig og nødvendig (FN, 2018; Haarstad & Rusten, 2018; Markard et al., 2012). I den sammenheng har jeg argumentert for at bærekraftig entreprenørskap er en viktig faktor (Bergset, 2018; Bergset & Fichter, 2015; Klima- og Miljødepartementet, 2017). Gjennom opprettelse av nye grønne foretak kan næringslivet spille en sentral rolle på veien mot det grønne skiftet (Rusten & Tvedt, 2018). Spørsmålet blir da: Hva har disse grønne gründerne som driver med bærekraftig entreprenørskap behov for? Får de den hjelpen de trenger eller faller de igjennom fordi virkemiddelapparatet og det entreprenørielle økosystemet slik det er i dag ikke er tilpasset deres behov? Ikke minst, har de grønne gründerne og virkemiddelapparatet den samme oppfatningen av hva som er nødvendig og viktig i den sammenheng? Dette er spørsmål som jeg vil se nærmere på i kapittel 4.

Det finnes som nevnt lite forskning på de spesielle utfordringene og mulighetene som grønne oppstartsbedrifter møter på (Bergset, 2015; Bergset & Fichter, 2015). Teorien peker imidlertid

på at tilgang på nettverk som kan gi informasjon og kapital er svært viktig for oppstartsbedrifters suksess generelt (Hoang & Antoncib, 2003; Ritter, 2007). Spigel (2017) har studert entreprenørskap og deres omgivelser med utgangspunkt i entreprenørielle økosystemer. Dette er systemer bestående av elleve sosiale, kulturelle og materielle egenskaper som støtter utvikling og vekst av entreprenørielle virksomheter. Elementene kan påvirke og forsterke hverandre gjennom sin tilstedeværelse. For å lettere kunne sortere datamaterialet og sette det sammen på en hensiktsmessig måte, vil jeg benytte (Spigel) sin forståelse av entreprenørielle økosystemer i diskusjon og presentasjonen av resultater i kapittel 4 og 5.

Videre anses det faktum at bærekraftig entreprenørskap fortsatt er nytt og underanalysert som problematisk da det skaper usikkerhet hos blant annet investorer. Dette knytter seg til blant annet mangel på informasjon om markeder og at det kan være utfordrende for gründeren selv å forklare investorer hva de gjør. Investorer kan da bli skeptiske til grønne oppstartsbedrifter generelt (Bergset, 2015, 2018; Schaper, 2002). Dette kan gjøre det vanskeligere for grønne gründerne å få tilgang til nødvendige ressurser. I tillegg blir det utfordrende for virkemiddelapparatet å tilby den bistanden som trengs ettersom behovene ikke kommer tydelig frem. Bærekraftig transisjon blir presentert som en løsning på klimautfordringene hvor offentlig politikk er et avgjørende element (Markard et al., 2012). I denne sammenheng er oppstartsbedrifter en sentral aktør fordi de utvikler radikale bærekraftige innovasjoner og introduserer de i markedet. Således burde oppstartsbedrifter være viktig i innovasjons- og miljøpolitikken (Bergset & Fichter, 2015). Myndighetene har en påvirkningskraft gjennom blant annet anskaffelser, lover og regler som er med på å forme økosystemet til entreprenøren (Koch et al., 2015; Nicotra et al., 2018; Spigel, 2017). Dette er viktige elementer som blir diskutert i presentasjon av resultatene.

Det er viktig å påpeke at mye av entreprenørskap- og innovasjonslitteraturen er skrevet med utgangspunkt i en teknologisk kontekst, og gjerne handler om teknologi og teknologibedrifter. Bedriftene til gründerne jeg har intervjuet er ikke teknologibedrifter, så deres forretningsmodell og forretningslogikk kan derfor i noen sammenhenger avvike noe fra konteksten til litteraturen som er presentert i dette kapitlet. Jeg mener likevel at den teorien og forskningen jeg har presentert og benytter i diskusjon av resultatene er relevant for studien og de gründerne jeg har intervjuet.

For å undersøke hva som er problemområdene i praksis har jeg intervjuet fire gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap i Trondheim. Min intensjon har vært å samle informasjon om hvordan grønne gründere opplever møtet med økosystemet som omringer dem i Trondheim, da med fokus på virkemiddelapparatet sin rolle. Derfor har jeg også intervjuet aktuelle aktører i virkemiddelapparatet. Dette for å supplere informasjonen jeg får fra gründerne og på den måten få en bredere forståelse av samspillet i økosystemet og hvor det eventuelt kommer til kort. I neste kapittel vil valg knyttet til forskningsmetode beskrives nærmere.





### 3. FORSKNINGSMETODE

#### 3.1 Introduksjon

Dette kapitlet redegjør for forskningsprosessen som ligger til grunn for resultatene i studien. Formålet er å gi en oversikt over stegene forskningsprosessen har bestått av, samt innsikt i de valgene jeg har tatt og hvilke muligheter og utfordringer det har medført. Med dette forsøker jeg å gjøre forskningsprosessen så transparent som mulig.

Forskning innebærer hele prosessen med å definere et spørsmål man ønsker svar på til å analysere og tolke datamaterialet man samler inn. Thagaard (2018) beskriver det som en trefaset prosess som delvis overlapper hverandre. Første fase består av å formulere forskningsspørsmål og utforme et design, neste fase er innsamling av data. Deretter analyseres og tolkes dataene og teoretiske perspektiver innarbeides før avslutningen av prosjektet markeres ved å presentere resultatene (Thagaard, 2018). Metode handler om hvilke teknikker som benyttes for å samle inn data og gjennomføre forskningen (Winchester & Rofe, 2016). Metode man benytter avhenger av forskningsspørsmålet, og avgjør hvilken type data man samler inn. En framstilling av metode og forskningsprosess er viktig for å gi leseren innsikt i hvordan problemstillingen er blitt besvart (Thagaard, 2018).

#### 3.2 Design

Formålet med denne studien er å kartlegge bærekraftige gründere sine erfaringer med virkemiddelapparatet og økosystemet som omringer dem i Trondheimsregionen. Entreprenører blir påvirket av miljøet de befinner seg i, for å studere entreprenørskap må man derfor også studere de faktorene som påvirker entreprenøren (Spilling, 2006). Entreprenørens økosystem består av materielle, kulturelle og sosiale egenskaper som påvirker muligheten for å lykkes med entreprenørskap i en region (Spigel, 2017). Virkemiddelapparatet er en del av det entreprenørielle økosystemet og skal gjøre det enklere å utvikle ideer og bringe de ut i et marked (Hoff, 2018). Virkemiddelapparatet har mye å si for hvilke produkter og tjenester som når frem i markedet fordi de fleste gründere er avhengig av den støtten og bistanden apparatet kan gi i oppstartsfasen (Clausen et al., 2017). Det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet er med andre ord sentrale faktorer i det grønne skiftet. Dette er med på å underbygge hvorfor det er interessant å finne ut mer om bærekraftige gründere sin opplevelse av virkemiddelapparatet og økosystemet. For å undersøke dette må prosjektet gis det Thagaard (2018) kaller et hensiktsmessig design. Spørsmål jeg har vært nødt til å ta stilling til er hvilket

utvalg jeg ønsker, hvilken metode som egner seg best og hvordan jeg skal analysere innsamlet datamateriale (Thagaard, 2018). Alle disse spørsmålene har jeg besvart i lys av forskningsspørsmålet og de redegjøres for i de kommende avsnittene. Først og fremst ønsker jeg en utdypende og nyansert innsikt i informantene sine opplevelser, en kvalitativ tilnærming blir derfor naturlig. Winchester og Rofe (2016) forklarer at man i kvalitativ metode er opptatt av å forstå og beskrive menneskelige omgivelser og erfaringer innenfor gitte rammer. Metoden åpner for at individuelle stemmer og synspunkt blir hørt, samtidig som det tas hensyn til at individers opplevelser ikke nødvendigvis kan generaliseres (Winchester & Rofe, 2016). Ved å ta høyde for disse aspektene kan man få frem nyanser man ikke ville fått gjennom kvantitativ forskning. I det videre vil jeg gjøre rede for de øvrige valgene jeg har tatt knyttet til design og metode.

### 3.2.1 Case

Case studie er en av flere måter å tilnærme seg kvalitativ forskning på. Det er mer en metodikk fremfor en metode da det er nærmere en teori om hva som kan undersøkes, hvordan det kan undersøkes og med hvilke fordeler heller enn en datagenereringss metode. Case er altså den strategiske tilnærmingen min til forskningen, mens metoden er måten jeg genererer data på. Gerring (2004) definerer case studie som ”en intensiv studie av en enhet med mål om å generalisere på tvers av større sett av enheter”<sup>6</sup>. Fra et faglig perspektiv er case studier passende for å bekrefte eller avkrefte eksisterende konsepter eller teorier samt utvikle nye konsepter og teorier (Baxter, 2016). Metodikken er foretrukket når spørsmål om *hvordan* eller *hvorfor* skal besvares om dagsaktuelle hendelser eller fenomen. Dette særlig når grensen mellom fenomen og kontekst er uklar (Yin, 2003). Case passer derfor bra når jeg skal undersøke hvordan grønne gründere i Trondheim opplever virkemiddelapparatet og det entreprenørielle økosystemet. For å belyse casets problemstilling intervjuet jeg fire gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap. Fenomenet jeg forsøker å finne svar på er gründernes opplevelse og erfaringer med virkemiddelapparatet og økosystemet (Yin, 2003).

I tillegg til studiens case har jeg intervjuet fire representanter i virkemiddelapparatet. Hensikten er å samle informasjon om fenomenet sett fra to vinkler. Disse dataene er tenkt å fungere som tilleggsinformasjon som kan benyttes for å beskrive eller forklare fenomenet på en mer

---

<sup>6</sup> Min oversettelse

dekkende måte. Ved å avdekke begge sider av samme sak kan jeg få en mer helhetlig forståelse av fenomenet. Caset er altså studiens primærfokus og hovedkilde til informasjon.

### 3.2.2 Utvalg

For å besvare forskningsspørsmålet var det sentralt at informantene var entreprenører som holdt på med en form for bærekraftig entreprenørskap. Bedriftene måtte også være forbi etableringsfasen og ha en kundemasse. Dette var viktig fordi det betyr at de har erfaring med hvordan det er å gå fra idé til etablert bedrift med inntekt. Intervjuer med bærekraftige entreprenører som har forsøkt å starte egen bedrift, men mislyktes, kunne også vært interessant. Det ville dog gitt en annen type informasjon og en annen vinkling av problemstillingen. Videre, for å begrense omfanget av oppgaven, har jeg forholdt meg til Trondheim som geografisk avgrensning. I tillegg var jeg opptatt av at informantene skulle representere ulike bransjer i den grønne økonomien for å styrke studiens overførbarhet (Baxter, 2016; Thagaard, 2018).

For å få en bedre oversikt over hva som rørte seg innen sirkulær økonomi i Trondheim hadde jeg innledningsvis en samtale med Lillian Strand i Trøndelag fylkeskommune. Hun fungerte som en døråpner for videre kontakt med andre informanter. Strand introduserte meg for den som skulle bli min første informant. Vedkommende ga meg videre en liste over andre aktører som driver med bærekraftig entreprenørskap i Trondheim. To andre informanter ble valgt ut fra denne listen, mens den siste ble valgt ut på bakgrunn av egen leting etter passende informant. Aktørene i virkemiddelapparatet ble valgt ut på bakgrunn av hvem gründerne selv hadde vært i kontakt med, samt ut fra en vurdering av hvem i virkemiddelapparatet som innehar de mest sentrale og innflytelsesrike rollene. Informantene ble med andre ord plukket ut fra visse kriterier, og det var viktig at de hadde bestemte roller og erfaringer. Patton (2002) sitert i: Statford og Bradshaw (2016) kaller dette for strategisk utvalg og refererer til syv utvalgsstrategier. De fleste strategiske utvalg består av flere av disse utvalgsstrategiene, min inkludert. Jeg benyttet meg av kriteriebasert utvelgelse med snøballmetoden som supplement (Patton, 2002 sitert i: Statford & Bradshaw, 2016).

Informantene fikk forespørsel om deltakelse via e-post. Der fikk de informasjon om hva deltakelse ville innebære, samt informasjon om temaet for masterprosjektet. Jeg vurderte det slik at det ikke ville være ødeleggende for informasjonen jeg fikk fra informantene at de visste hva masterprosjektet handlet om i forkant av intervjuet. Det var derfor ikke nødvendig å holde

noe informasjon om studien tilbake. Av etiske hensyn skal man dessuten etterstrebe ærlighet og åpenhet overfor informantene så langt det lar seg gjøre (Thagaard, 2018).

Jeg intervjuet fire personer som alle driver egen virksomhet innenfor rammene av bærekraftig entreprenørskap. Informantene hadde enten startet opp bedriften selv, eller var en del av teamet som startet opp. Det var totalt tre kvinner og en mann. Det er ikke relevant for studien hvilken bedrift gründerne driver eller hva bedriften produserer. Det som er av relevans er at virksomheten driver med en form for bærekraftig entreprenørskap. Det er derfor ikke nødvendig å identifisere informantene i studien og de ble derfor garantert anonymitet. Fordelen med anonymitet er at det kan oppleves som tryggere for informanten å delta og være ærlig i sine utsagn (Tjora, 2017). Informantene i virkemiddelapparatet har som følge av sin stilling kontakt med gründerne som enten ønsker å etablere bedrift, eller som er i tidlig etableringsfase av bedrift i Trondheim. Det var totalt tre menn og en kvinne. Informantene i virkemiddelapparatet pratet på vegne av sin stilling og trenger derfor ikke å anonymiseres.

### 3.2.3 Datagenerering

En av de viktigste kildene til informasjon i case studier er intervju (Yin, 2003). Intervjuer er velegnet for å samle informasjon om hendelser, meninger og erfaringer. Metoden brukes i hovedsak for å undersøke adferd og motivasjoner og for å samle mangfold av meninger og erfaringer. I tillegg åpner det i større grad for refleksjon og nysgjerrighet rundt temaet som studeres sammenlignet med eksempelvis observasjon (Dunn, 2016; Thagaard, 2018). Dette var viktige grunner til at jeg valgte intervju som innsamlingsmetode. For å få en detaljert og nyansert innsikt i hver informant var jeg avhengig av å ha en dialog med hvor jeg kunne stille spørsmål og oppfølgingsspørsmål, og hvor det var mulig for informantene å beskrive sine erfaringer med egne ord.

Alle intervjuene ble gjennomført på senhøsten 2018. Samtlige informanter ble intervjuet ansikt til ansikt. En av informantene ønsket å få tilsendt intervjuguiden i forkant av intervjuet, noe han fikk. Jeg brukte båndopptaker for å slippe å ta notater underveis. Dette gjorde at jeg lettere kunne fokusere på det informanten fortalte og få stilt gode oppfølgingsspørsmål, samtidig som det skapte en mer naturlig setting for samtale mellom meg som forsker og informanten (Dunn, 2016; Thagaard, 2018). For å gjøre informanten trygg og avslappet i situasjonen lot jeg vedkommende velge tid og sted for intervjuet. Intervjulokasjonen kan nemlig påvirke

informanten og dermed påvirke kvaliteten på intervjuet (Tjora, 2017). Alle intervjuene foruten ett, som ble gjennomført på en café, foregikk på informantens arbeidssted. I tillegg startet jeg intervjuene med litt small-talk, samt enkle spørsmål som stillingstittel for få en god start og skape en relasjon mellom meg og informanten. Som påpekt av Dunn (2016) er forholdet som etableres mellom informant og forsker kritisk for hvor åpen informanten er i svarene sine. Jeg anså det derfor som fordelaktig å investere litt ekstra tid på dette.

#### 3.2.4 Intervjuguide

Det finnes hovedsakelig tre måter å gjennomføre intervju på: strukturert, ustrukturert og semistrukturert. Hver måte har sine fordeler og ulemper, hvilken man velger avhenger av hvilken informasjon man søker (Dunn, 2016). Jeg utformet en semistrukturert intervjuguide med tre hovedtemaer. Under hvert hovedtema var det tilhørende spørsmål. Rekkefølgen var derfor bestemt på forhånd, men jeg tilpasset intervjuet underveis slik at det fikk mer preg av en samtale framfor et intervju. For å sette informanten inn i refleksjonsmodus begynte jeg intervjuet med å fortelle kort om studien. Videre introdusere jeg de tre temaene i tur og orden før jeg begynte på de respektive spørsmålene for at informantene skulle være forberedt på hva de nå skulle reflektere over. Ved å bygge opp intervjuet på denne måten er man ifølge Thagaard (2018) sikrere på at intervjuet får god kvalitet og at man får konkrete og utfyllende beskrivelser på det aktuelle temaet (Thagaard, 2018). Dette opplevdes som et ryddig utgangspunkt, men det er klart at informanten noen ganger svarte på flere spørsmål i ett og at rekkefølgen på spørsmålene derfor ikke ble fulgt slavisk. Dersom informanten rørte ved andre interessante temaer utover det opprinnelige spørsmålet valgte jeg å gå bort fra intervjuguiden et øyeblikk og følge den nye tråden. Samtidig måtte jeg passe på at intervjuet ikke sporet av, og alltid lede informanten tilbake til det opprinnelige temaet. I denne oppgaven var det betryggende for meg å ha en intervjuguide å støtte meg på. Dette er, som påpekt av Dunn (2016), fordelene med et semistrukturert design, nemlig balansen det gir mellom standardisering som gjør det lettere å sammenligne intervjuene, og fleksibilitet som gjør det mulig å utforske enkelte temaer grundigere (Dunn, 2016). Hvert intervju tok mellom 40-60 minutter.

Informasjonen man får fra informanten påvirkes også av måten spørsmålene formuleres. Man må forsikre seg om at spørsmålene man stiller er åpne og oppmuntrer informanten til å fortelle om sine erfaringer (Thagaard, 2018). I min intervjuguide forsøkte jeg å formulere noen generelle spørsmål slik at informantene først kunne reflektere over hva som opplevdes som

meningsfullt for dem innen de ulike temaene. Disse ble etterfulgt av mer konkrete oppfølgingsspørsmål som sikret at jeg fikk den informasjonen jeg trengte. Informantene svarte i stor grad utfyllende på de fleste spørsmålene, det var derfor ikke alltid behov for oppfølgingsspørsmålene. Som intervjuer opplevde jeg at intervjusituasjonen utviklet seg fra å være mer formell med spørsmål og svar til å bli mer samtalepreget for hvert intervju. Dette hadde nok sammenheng med at jeg ble tryggere i situasjonen og ble bedre kjent med intervjuguiden slik at behovet for å støtte seg til den ble mindre. Dette skaper ifølge Tjora (2017) en god flyt i intervjuet.

### 3.3 Analyse

#### 3.3.1 Forberedende bearbeiding av datamaterialet

Intervjuene ble transkribert omgående. Dunn (2016) argumenterer for at det da er enklere å gjenskape situasjonen og få med taus kommunikasjon som ikke kommer frem av lydopptaket. Ved å transkribere selv unngikk jeg også potensielle tolkningsfeil av det som ble sagt. I tillegg fungerte det som et forstadium til tolkning av dataene og satte i gang refleksjoner rundt funn og analyse hos meg (Dunn, 2016). Lydopptakene ble transkribert i sin helhet, inkludert detaljer som pauser, avbrytelser og leting etter ord. Tjora (2017) påpeker at det kan det være vanskelig for forskeren å på forhånd forutse hva som er relevant å ta med i transkriberingen og anbefaler derfor fullstendig transkribering av materialet (Tjora, 2017).

Etter alle intervjuene var gjennomført og transkribert noterte jeg ned umiddelbare tanker og stikkord som sammenfattet hver av de to intervjurundene. Dette var en innledende fase til analysearbeidet, Cope (2016) kaller det konseptkartlegging. Det innebærer å visualisere data og sortere de i ulike bunker med det formålet at det skal gi ny innsikt og nye koblinger i datamaterialet (Cope, 2016). Hensikten var å gi meg selv en grov oversikt over det jeg ved første øyekast anså som mest fremtredende i dataene. Dette markerte begynnelsen på neste steg i analysearbeidet, nemlig koding.

#### 3.3.2 Koding

Å kode handler om å gi mening til datamaterialet. Dette er en sentral del av analysearbeidet for det er her man identifiserer mønster, temaer og relasjoner mellom variabler (Dunn, 2016). Formålet med koding er å få en bedre forståelse av de opplevelsene, erfaringene og faktaene

som blir delt med en. Ved hjelp av koder kan man redusere mengden med data, organisere data og utforske data (Cope, 2016). Det finnes flere ulike fremgangsmåter for å kode kvalitative data og det er ingen fasit. Ofte kan det ligne en prosess hvor man starter med å identifisere de åpenbare mønstrene og temaene i datamaterialet, disse kodene kalles deskriptive koder, er ofte overfladiske og egner seg til å besvare spørsmål som ”hvem, hva, hvor eller når” (for eksempel mann, ung, skole eller regionalt). Etter hvert som man får en bedre oversikt over datamaterialet blir det enklere å identifisere de mer underliggende temaene og mønstrene. Forskeren går da mer analytisk til verks for å få en dypere forståelse for datamaterialet og konteksten. Det utarbeides analytiske koder som reflekterer viktige temaer i studien og som kan kobles opp mot teori (for eksempel kriminalitet eller frykt for unge på offentlige steder) (Cope, 2016). Koder kan i utgangspunktet være hvilke som helst temaer eller kategorier, det viktige er at de er hensiktsmessige for å finne svar på forskningsspørsmålet. Eksempelvis har jeg benyttet blant annet ”Mål for fremtiden”, ”Virkemiddelapparatets forståelse av behov”, ”Dette har vært utfordrende”, ”Hva har vært bra med hjelpen” og ”Hva har vært mindre bra med hjelpen” som analytiske koder i mitt analysearbeid.

I denne studien leste jeg først over alle intervjuene to ganger og brukte fargekoder for å markere den informasjonen jeg synes var viktigst. Målet var å se etter mønster, likheter og ulikheter mellom intervjuene. Jeg hadde ingen krav til hva jeg markerte, annet enn at informasjonen på en eller annen måte måtte være relevant for forskningsspørsmålet. En grundig gjennomgang av datamaterialet er ifølge Thagaard (2018) viktig for å danne et inntrykk av hvilke fenomener dataene beskriver og hva de kan gi svar på. Gjennomgangen hjalp meg med å forstå hvilke temaer som var viktige og la grunnlaget for hva jeg ønsket å fokusere videre på. I denne prosessen ble teksten delt opp og gjort om til oversiktlige enheter (Thagaard, 2018). Ut fra dette utarbeidet jeg aktuelle koder og temaer, som skulle si noe om tekstens innhold. Jeg organiserte kodene i en tabell i Excel og førte inn de markerte dataene under de respektive temaene. I denne prosessen var det noen av markeringene jeg hadde gjort ble utelatt. Dette fordi jeg etter å ha lest gjennom alle intervjuene grundig, ble bedre kjent med datamaterialet og fikk en dypere forståelse av hva som var viktig å fokusere på videre.

Jeg benyttet meg først og fremst av det Thagaard (2018) definerer som temaanalyse i analysearbeidet. Det var fordi jeg ønsket å kunne si noe mer generelt om hvordan flere aktører opplever de samme fenomenene. For å få til det var jeg avhengig av å kunne sammenligne data som omhandlet samme tema fra flere informanter. Denne type analyse er en fordel fordi det gir

en dypere innsikt i de temaene man ønsker å studere. Samtidig må man ta stilling til om metoden tar temaene, eller de utvalgte utsnittene fra intervjuet, bort fra sin kontekst. Det kan i så fall være problematisk. For å få en mer helhetlig forståelse for de dataene man har plukket ut må man kombinere temaanalyse med kontekstanalyse. Kontekstanalyser brukes når man ønsker en mer helhetlig forståelse av fenomenet man studerer, da ser man i større grad på intervjuet og konteksten til intervjuet i sin helhet. Ved å kombinere disse analysene får man altså en mer helhetlig forståelse av de dataene man benytter for å belyse de ulike temaene (Thagaard, 2018). Denne kombinasjonen var viktig i intervju med både gründerne og virkemiddelapparatet. Kontekstanalysen ble likevel viktigst i analysearbeidet knyttet til intervjuene med virkemiddelapparatet. De ulike aktørene har svært ulike roller i kommunen. De har også ulike målsetninger, arbeidsoppgaver og motivasjon. For å ivareta helheten i analysen har jeg vært nøye med å presentere informasjonen fra hver enkelt informant i sammenhengen den er en del av. Hadde jeg ikke tatt høyde for disse variablene i analysen, ville det gitt unøyaktige resultater.

Tabellene som sammenfatter de åtte intervjuene var hovedverktøyet i arbeidet med koding og analyse av data. Det opplevdes som svært oversiktlig og ryddig å bruke tabell som analyseverktøy, samtidig gjorde tabellene dataene lett tilgjengelig og håndterbare. Jeg var trygg på at jeg kunne støtte meg på informasjonen i tabellen fordi jeg hadde vært grundig i gjennomlesningen av intervjuene og var derfor sikker på at all relevant informasjonen fantes der. En ryddig organisering av kodingen er viktig for studiens reliabilitet, transparens og troverdighet, noe jeg kommer tilbake til i delkapittel 3.4 (Cope, 2016).

### 3.3.3 Kobling av teori og empiri

Hensikten med kvalitativ forskning er å utvikle nye teoretiske perspektiver eller videreutvikle etablert teori. Dette gjør forskeren ved å samle inn data for deretter å analysere de slik at det innsamlede materialet kan gi mening. Grunnlaget for utviklingen av teorien hviler således blant annet på hvordan forskeren tolker dataene og vedkommende sin forståelse og faglige ståsted (Thagaard, 2018). Utvikling av teori i kvalitativ metode er i hovedsak induktiv eller deduktiv (Baxter, 2016). Med induktiv fremgangsmåte utvikler man teoretiske perspektiver med bakgrunn i empirien. For å utvikle mønster og sammenhenger kan man supplere med nye studier. I en deduktiv fremgangsmåte tar man utgangspunkt i eksisterende teoretiske perspektiver når dataene analyseres (Thagaard, 2018). Thagaard argumenterer videre for at det ikke er hensiktsmessig å dele opp i induktiv og deduktiv ettersom kvalitativ forskning kan være



begge deler. I stedet presenterer hun abduksjon som befinner seg midt mellom ytterpunktene av induksjon og deduksjon (Thagaard, 2018). Abduksjon er en dynamisk prosess hvor man beveger seg frem og tilbake mellom empiri, egne erfaringer og bredere konsepter. På denne måten blir data generert og analysert om hverandre i en dialektisk prosess av tolkninger av data som gir en ny forståelse, som igjen fører til nye tolkninger og nye forståelser (Mason, 2002). Det betyr med andre ord at teorien utvikles som et resultat av en gjentakende prosess av dyptpløyende analyser og tolking av data i lys av eksisterende teori, hvor forskerens teoretiske forankring påvirker forståelsen av empirien (Thagaard, 2018).

Det er vanskelig å peke på akkurat hvor jeg startet forskningsprosessen, men det er nærliggende å anta at min tilnærming lignet mest på abduksjon. Som forsker gikk jeg inn i dette prosjektet med en teoretisk kunnskapsbase som påvirker forskningsprosessen og oppfatningen av datamaterialets meningsinnhold (Thagaard, 2018). Etter hvert som jeg utforsket litteratur og tidligere forskning, samt gjennomførte intervjuer og begynte analysearbeidet, fikk jeg mer kunnskap om fenomenet og temaet. Dette påvirket igjen min forståelse av teorien og datamaterialet og var med på å forme studien.

### 3.4 Studiens reliabilitet, validitet og overførbarhet

Kvalitetssikring av den informasjonen man innhenter i forskning er viktig. Ved hjelp av ulike mål på kvalitet kan man vurdere i hvilken grad forskningen er pålitelig og tillitsvekkende (Thagaard, 2018). Innenfor kvalitativ metode er det noe uenighet blant forskere om hva som er gode mål på kvalitet. Guba og Lincoln (1989) refererer til troverdighet, overførbarhet, pålitelighet og overenstemmelse som gode mål på kvalitative undersøkelser. Yin (2003) argumenterer for at kvalitative studier må vurderes ut fra reliabilitet og validitet (Yin, 2003). Thagaard (2018) refererer også til reliabilitet og validitet, men har en annen forståelse av begrepene enn Yin (2003), samt at hun inkluderer overførbarhet. Mange av disse begrepene er også overlappende. I min diskusjon om studiens troverdighet vil jeg ta utgangspunkt i reliabilitet, validitet og overførbarhet som mål på kvalitet (Thagaard, 2018).

#### 3.4.1 Reliabilitet

Reliabilitet refererer i utgangspunktet til hvorvidt en annen forsker kan gjennomføre den samme studien og få likt resultat. Dette er imidlertid utfordrende i kvalitativ forskning fordi den forståelsen forskeren utvikler er påvirket av kontakten mellom forsker og informanter i felten.

Det vil dermed være vanskelig for en annen forsker med annen teoretisk bakgrunn å fremkalle de eksakt samme resultatene (Holstein & Gubrium, 1995). Reliabiliteten i kvalitative studier kan derimot styrkes ved å ha åpne og transparente forskningsprosesser (Guba & Lincoln, 1989; Thagaard, 2018). For å styrke reliabiliteten har jeg beskrevet forskningsprosessen i detalj, både når det kommer til valg av design og metode, samt forklart hvordan jeg steg for steg har gått frem for å analysere datamaterialet. Leseren får også innsikt i hva som er primærdata, altså data som er adskilt fra mine fortolkninger, gjennom sitater i analyse- og diskusjonsdelen i kapittel 4 og 5 (Seale, 2007 sitert i: Thagaard, 2018). For å sikre at all informasjon ble prosessert og rapportert riktig har jeg vært grundig i transkriberingen. Aktuelle vedlegg har også blitt tilgjengeliggjort for leseren for å styrke forskningens transparens.

### 3.4.2 Validitet

Validitet handler om hvordan vi tolker dataene våre og hvor gyldig de resultatene vi kommer frem til er (Mason, 2002). Validitet har tradisjonelt vært et kvalitetsmål innenfor kvantitativ forskning. Det er i hovedsak den type validitet Yin (2003) snakker om. Forskere har diskutert hvorvidt validitet burde benyttes i kvalitativ forskning eller ikke, og flere har konkludert med at validitet slik det bruke i kvantitativ metode ikke er overførbart til kvalitativ metode. I stedet har man utviklet alternative strategier for å maksimere validitet i kvalitativ forskning. Johnson (1997) har i en artikkel sett nærmere på ulike slike strategier. Han trekker i hovedsak frem tre typer som Maxwell (1991, 1996) tidligere har identifisert: deskriptiv validitet, fortolkende validitet og teoretisk validitet (Maxwell, 1991, 1996 sitert i: Johnson, 1997).

Deskriptiv validitet refererer til den faktiske nøyaktigheten av det som blir rapportert av forskeren. Skjedde faktisk det som blir rapportert? Hvor nøyaktig var forskeren i rapporteringen av det vedkommende så eller hørte? Denne formen for validitet er viktig fordi resultatene i stor grad hviler på de rapporterte observasjonene (Johnson, 1997). For å sikre deskriptiv validitet tok jeg lydopptak av intervjuene. På den måten unngikk jeg at informasjon skulle falle bort. Lydopptaket var en nøytral kilde til de faktiske dataene. I tillegg transkriberte jeg intervjuene omgående for å få med mest mulig av den tause kommunikasjonen jeg hadde observert under intervjuet. Thagaard (2018) sier man kan styrke validiteten av resultatene ved å la noen andre gå kritisk gjennom analysen. Jeg har hatt jevnlig kontakt med min veileder gjennom masterprosjektet som har gitt meg både bekreftelse og kritikk på studien.

Fortolkende validitet handler om i hvilken grad forskeren klarer å skildre deltakernes meninger om det som blir studert. Mer konkret forskerens nøyaktighet i forståelsen av informantens synspunkter, tanker, følelser, intensjoner og erfaringer. Den viktigste strategien er å få tilbakemelding fra informanten på tolkninger man som forsker har gjort seg. I tillegg kan man inkludere data fra informantene som i liten grad er blitt tolket av forskeren, som for eksempel direkte sitater. På den måten får leseren erfare informantens språk og personlige mening (Johnson, 1997). Som det kommer frem av min intervjuguide tok jeg opp eventuelle behov for nærmere avklaringer på slutten av intervjuet. I tillegg kvalitetssikret jeg med informanten at jeg hadde oppfattet vedkommende riktig underveis i intervjuet. Dersom jeg var usikker på noe ba jeg informanten om å forklare det nærmere. Jeg har også inkludert direkte sitater fra informantene i diskusjonen. Dette gjør at leseren kan lese og tolke informantens perspektiver selv.

En studie har teoretisk validitet dersom den teoretiske forklaringen man utvikler passer til dataene. Dette kan man sikre gjennom blant annet å se hvordan et fenomen har blitt forklart av andre teorier eller forskere. Teoretisk validitet handler mye om det samme som ytre validitet, nemlig å generalisere resultater utover sin egen studie slik at de også kan gjelde for andre situasjoner (Johnson, 1997). Det har derfor også sammenheng med Thagaard (2018) sitt siste kvalitetsmål: overførbarhet. Jeg vil derfor diskutere dette nærmere i påfølgende delkapittel 3.4.3.

### 3.4.3 Overførbarhet

Overførbarhet refererer til i hvilken grad resultater fra en enkelt studie kan generaliseres og være relevant i andre tilfeller (Thagaard, 2018). Dette er som sagt i likhet med teoretisk validitet som igjen er i likhet med ytre validitet (Johnson, 1997). Vi kan med andre ord si at overførbarhet, teoretisk validitet og ytre validitet er tre ulike begrep som omhandler samme fenomen. Baxter (2016) presiserer at case studier generelt sett ikke har som mål å være statistisk overførbar. I stedet er det en god måte å utforske teoretiske konsepter og forklare fenomener. Det betyr imidlertid ikke at de ikke kan generere overførbare resultater (Baxter, 2016). Ifølge Gerring (2004) er selve hensikten med case studier å forstå en større samling av lignende caser. (Gerring, 2004 sitert i: Baxter, 2016) I kvalitativ metode kan man oppnå analytisk overførbarhet gjennom nøye utvalgt case og utvikling av teori som verken er for abstrakt eller for spesifikk (Flyvbjerg, 2006; Yin, 2003 sitert i: Baxter, 2016). Klarer man det får man resultater som andre

i lignende situasjoner finner relevant for egen kontekst. Studien er da analytisk overførbar heller enn statistisk overførbar som man ofte snakker om i kvantitativ metode (Baxter, 2016).

Jeg har vært grundig i arbeidet mitt med å lete frem passende teori som kan forklare og understøtte fenomenene som blir undersøkt, noe som er med på å gi studien kredibilitet. Jeg er også påpasselig med å ikke påstå noe uten å begrunne det med teori eller forskning. Dette er gjennomgående for diskusjonen av resultatene og styrker den teoretiske validiteten og overførbareheten (Johnson, 1997; Thagaard, 2018).

### 3.5 Forskningsetikk

I all forskning vil det være etiske prinsipper man som forsker må forholde seg til. I studier av andre mennesker handler det i all hovedsak om respekt for deres rett til privatliv, anonymitet og til å bestemme hvorvidt de ønsker å delta i en studie eller ikke (Thagaard, 2018). Prosjekter som gjennomføres i tilknytning til NTNU (Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet), og som utløser meldeplikt, skal meldes til Norsk Senter for forskningsdata (NSD). Prosjektet ble meldt inn og informasjon om intervjuer, samt samtykkeskjema og intervjuguide ble lagt ved. Anonymisering og innmelding var nødvendig fordi bedriftene er såpass små og tett knyttet til informanten, både økonomisk og emosjonelt. Intervjuene med virkemiddelapparatet utløste ikke meldeplikt fordi informantene pratet i lys av sin stilling og på vegne av bedriften hvor de jobber (NSD, 2018). Det er også årsaken til at disse informantene ikke blir anonymisert i studien. Hvorvidt den enkelte informanten ble anonymisert eller ikke i den endelige publikasjonen fremkommer av informasjonsskrivet.

Informert samtykke er et viktig aspekt ved etiske hensyn. Det betyr at deltakeren skal få informasjon om hva deltakelse i forskningsprosjektet innebærer (Thagaard, 2018). Herunder hvilke rettigheter deltakeren har, informasjon om anonymitet og konfidensialitet, hva som vil skje med informasjonen de gir og mulighet til å bestemme selv om de ønsker å delta. Man skal som forsker forsikre seg om at informanten er orientert om alle aspekter ved deltakelse (Dowling, 2016). Det vil alltid være et etisk dilemma knyttet til hvor mye informasjon man skal gi informanten. Mye og detaljert informasjon om prosjektet kan påvirke informantens atferd (Thagaard, 2018). Som tidligere nevnt vurderte jeg det slik at det ikke var nødvendig å holde tilbake informasjon i denne studien, det var derfor ikke behov for å ta stilling til dette dilemmaet. Hver informant fikk et informasjonsskriv med relevant informasjon før intervjuet

begynte. Dersom informantene synes det så rimelig ut ga de skriftlig samtykke i form av å signere på skrivet. Samtlige informanter signerte. Thagaard (2018) peker også på at vi ikke på forhånd helt vet hvilke resultater vi kommer frem til eller hvordan vi analyserer og tolker dataene. Derfor kan heller ikke informanten fullt og helt vite hva vedkommende samtykker til i forkant av intervjuet. Forskeren må være bevisst på dette etiske ansvaret gjennom hele forskningsprosessen (Thagaard, 2018). Det at jeg har kombinert temaanalyse med kontekstanalyse mener jeg er positivt i den sammenheng. På den måten har jeg sikret at informasjonen informantene har gitt meg blir satt i sammenheng med selve intervjuet og konteksten til intervjuet.

Det er også viktig at forskeren anerkjenner sin egen rolle og påvirkning i studien. Innsamlet data blir tolket og analysert av forskeren og derfor også påvirket av forskeren. Å reflektere over egen rolle er viktig for å ivareta etiske hensyn og kvalitet i studien. Dette redegjøres for i påfølgende delkapittel.

### 3.6 Kritisk refleksjon og posisjon

En trussel mot forskningens kvalitet er bias hos forsker, nemlig at feil i forskningsprosessen fører til resultater som ikke samsvarer med virkeligheten. Dette er fordi kvalitativ forskning ofte er utforskende og mindre strukturert enn kvantitative studier. Forskeren kan derfor enklere ”finne det han ønsker å finne”. For å unngå dette må forskeren reflektere over egen rolle, potensiell partiskhet og tilbøyelighet (Johnson, 1997).

For å finne ut hvordan forskerens egne omgivelser påvirker tolkningen må vedkommende reflektere over egen rolle og tolkning. Dette gir leseren innblikk i forskerens verden og øker studiens troverdighet. En viktig del i det arbeidet er at tolkingen ikke skjer i et sosialt vakuum. Refleksivitet kan økes dersom tolkingen kommer som et resultat av en dialog mellom personer som er innforstått med forutsetningene for studien (Tjora, 2017). I mitt tolkningsarbeid har jeg som tidligere nevnt hatt jevnlig kontakt med min veileder som har gitt meg tilbakemeldinger.

Temaet jeg har skrevet om har engasjert meg, særlig fordi jeg selv ønsker grønn omstilling i næringslivet og gode muligheter for å starte opp grønn gründervirksomhet i Trondheim. Dette er noe jeg har vært klar over fra begynnelsen og bevisst har forsøkt å ikke la påvirke forskningsprosessen. Jeg kan likevel ikke utelukke at det kan ha vært med og farget mine

tolkninger av informasjonen selv om jeg har forsøkt å forholde meg så objektiv som mulig til datamaterialet.

Den sosiale relasjonen mellom forsker og informant, og hvorvidt de har er et gjensidig eller asymmetrisk maktforhold, kan også påvirke resultatene i studien. Gjensidige maktforhold kjennetegnes av at forsker og informant er i relativt like sosiale posisjoner og har omtrent like fordeler og ulemper med å delta i studien. Et asymmetrisk maktforhold karakteriseres av at forsker og informant er i ulike sosiale posisjoner hvorav enten forskeren eller informanten har større innflytelse i form av sosial stilling, jobb eller ressurser (Dowling, 2016). I intervju med gründerne opplevde jeg maktforholdet som gjensidig, noe jeg tror de også gjorde. Vi hadde kompetanse på hver våre felt og opplevelsen var at begge lærte noe av hverandre under intervjuet. Maktforholdet mellom meg og informantene i virkemiddelapparatet bar mer preg av å være asymmetrisk. Informantene hadde høye stillinger innad i sin organisasjon og mer kompetanse på feltet, jeg opplevde derfor at de hadde en ”høyere” posisjon sammenlignet med meg som student. Risikoen i slike situasjoner er at informanten tar styringen i intervjuet og fører samtalen inn på temaer som ikke er relevante for studien. Da er det viktig at forskeren styrer samtalen tilbake på riktig spor og samtidig tar vare på fleksibiliteten som semistrukturerte intervjuer har. Informanten må også få forme innholdet i samtalen uten å kontrollere det (Schoenberger, 1991). Jeg opplevde at alle informantene møtte meg med et genuint ønske om å bidra så godt de kunne til min studie. Flere ønsket også å bli oppdatert på de endelige resultatene. Makt og posisjon var derfor ikke et problem i intervjusituasjonene. Det er viktig å reflektere over disse problemstillingene fordi informantens opplevelse av intervjusituasjonen er svært betydningsfull for informasjonen man får og kvaliteten på intervjuet. Som forsker må man da være bevisst på sin påvirkning på informanten slik at man kan tilpasse seg og sørge for at informanten føler seg trygg og komfortabel (Thagaard, 2018).

### 3.7 Metodiske begrensninger

Etterhvert som kvalitativ forskning har fått mer anerkjennelse i forskningsfeltet har det også blitt mer vanlig å ha et kritisk blikk på egen metodikk og metode, herunder hvordan vi vurderer, organiserer og analyserer innsamlet data (Cope, 2016). I hele kapittel 3 har jeg forsøkt å ha et kritisk blikk på metodiske valg jeg har tatt og hvordan de påvirker og former studien og dens resultater. I tillegg til dette vil jeg belyse noen andre valg jeg har tatt som kan være begrensende for studien.

For det første kan det anses som en svakhet at gründerne jeg intervjuet ikke driver samme type bedrift. Hadde de gjort det ville det blitt enklere å sammenligne datamaterialet og resultatene kunne sagt noe om utfordringer knyttet til en spesifikk bransje innen bærekraftig entreprenørskap fremfor at de nå sier litt om flere. Samtidig er fokuset i denne studien bærekraftig entreprenørskap som helhet, og fordelene med å intervju gründerne fra ulike bransjer er at jeg får en bredere forståelse av problemområdene samtidig som jeg får en dypere forståelse av hver enkelt gjennom dybdeintervjuer.

Videre er det en utfordring knyttet til å intervju informanter som snakker på vegne av bedriften de arbeider i. Informantene fra virkemiddelapparatet har allerede gjort sine egne tolkninger av bedriften de representerer og det bedriften driver med. Utfordringen min er da at jeg må ”tolke tolkningene” til informantene. Dette trenger dog ikke å være kun negativt da informantenes tolkninger kan ha en verdi i seg selv. Informantenes handlinger er påvirket av deres tolkninger av bedriften og på et vis så *er* informanten bedriften parallelt med at de tolker den (Schoenberger, 1991).

Til slutt vil jeg påpeke begrensningen knyttet til at analysen og resultatene er basert på mine egne tolkninger av teori og generert datamateriale. Det finnes altså ingen fasit, men rom for variasjon i betydningen av datamaterialet. Temaet jeg har skrevet om engasjerer meg, dette kan også ha farget mine tolkninger. Disse utfordringene har jeg forsøkt å unngå ved å forholde meg så objektiv som mulig til datamaterialet samt benyttet anerkjent metodisk fremgangsmåte ved datagenerering og analyse.





## 4. ANALYSE

I dette kapittelet kobles empiri og teori sammen for å besvare studiens forskningsspørsmål. Jeg går analytisk gjennom datamaterialet og presenterer resultater. Med utgangspunkt i forskningsspørsmålene analyseres datamaterialet gjennom diskusjon av empiri og teori. Forskningsspørsmålet som skal besvares er følgende:

*Hva er forutsetningene for bærekraftig entreprenørskap i Trondheim?*

Forutsetningene for bærekraftig entreprenørskap i Trondheim skal jeg som sagt undersøke med utgangspunkt i to underproblemstillinger:

- 1. Hvilke utfordringer møter gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap på i oppstartsfasen?*
- 2. I hvilken grad er det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet i Trondheim tilpasset behovene til bærekraftige entreprenører?*

Gründerne jeg har intervjuet er en del av det Dybvig et al. (2013) refererer til som ”den nye økonomien”. Deres bedrifter bygger på en annen etikk og knytter sammen økonomiske, miljømessige og sosiale hensyn på en måte som er mer forenelig med en bærekraftig utvikling (Dybvig et al., 2013). I intervjuene formidler samtlige av gründerne et ønske om å bruke sin bedrift til å gjøre noe bra for miljøet og samfunnet. Disse verdiene utgjør fundamentet til forretningsideen og er verdigrunnet bedriften bygger på. Informantene poengterer også at de gjennom sin virksomhet ønsker å spre miljøentusiasme og skape et engasjement rundt en bærekraftig livsstil. Informant 2 forteller følgende: ”Vi vil bidra til å gjøre verden mer, altså, bidra til at vi skal få en bedre verden. Vi vil kanskje hjelpe kloden litte grann” (Informant 2).

Kjernekonseptet i virksomhetene er basert på grønne verdier, nemlig at de ønsker å bruke sin virksomhet til å løse klima- og miljøutfordringer ved hjelp av nye produkter og tjenester. Det kan derfor sies at gründerne har en ØKO-effektiv strategi (Rusten & Tvedt, 2018). Informant 1 og 2 driver virksomheter som baserer seg på gjenbruk. Gjennom bedriftene løser de bærekraftsproblemer med en sirkulærøkonomisk løsning som skal føre til mindre behov og produksjon av henholdsvis ressurser og avfall. Dette fører til mindre forurensing fordi det

innebærer et bredere syn på hva som er ressurser. Deres virksomhet bidrar til en økonomi som ligner mer på en sirkulær verdikjede som illustrert i Figur 2 i delkapittel 2.4, heller enn den tradisjonelle lineære verdikjeden som er illustrert i Figur 1 i samme delkapittel. Dette gir en langt bedre ressursforvaltning (Cooper, 2010 sitert i: Rusten & Tvedt, 2018). Måten vi utnytter ressurser på i dag er problematisk og det er avgjørende av vi klarer å utnytte de på en mer effektiv måte for å lette på presset på naturressursene (Klima- og Miljødepartementet, 2017). Informant 3 driver en café med fokus på klimavennlig mat. I tillegg er de med på å spre informasjon og interesse for klima i lokalmiljøet gjennom ulike arrangementer. Informant 4 driver en virksomhet med bedriftsmarkedet som målgruppe. Et av informantens mål er å utvikle produktet slik at de kan utvide til forbrukermarkedet. Forretningsidéen bidrar til å løse et samfunnsproblem knyttet til ressursmangel på en miljøvennlig måte. Gründerne bidrar altså til en mer sirkulær og økologisk økonomi – noe som er ønskelig da det anses som en mer skånsom og fremtidsrettet måte for utnyttelse av ressurser (Haarstad & Rusten, 2018).

Entreprenørskap er grunnleggende for fremtidig utvikling (Spilling, 2006). Det bidrar til vekst, ny forskning, flere arbeidsplasser samt andre verdier som bidrar til vår felles velferd (NOU 2016: 3, 2016; Nærings- og fiskeridepartementet, 2017). Små innovative bedrifter skaper også en annen dynamikk og konkurranse i markedet som utfordrer etablerte næringer sin omstillingsevne (Spilling et al., 2002). Entreprenører blir påvirket av miljøet de befinner seg i, derfor er det viktig at det er lagt til rette for at disse skal kunne utvikle og etablere seg i den grad det er mulig. Selv om gründerne jeg har intervjuet er små og har begrenset påvirkningsmulighet i den store sammenhengen, så vil jeg argumentere for at de kan være av betydning. Som påpekt av Geels (2006) og Markard (2017) kan nisjer være drivere av radikal endring gjennom å utfordre de regjerende regimene og omstrukturere sosio-tekniske systemer til å bli mer bærekraftige (Geels, 2006; Markard, 2017). Gründerne jeg har intervjuet kan tenkes å først og fremst ha en påvirkningskraft i lokalmiljøet, herunder å øke bevisstheten rundt klima- og miljøutfordringer, tilgjengeliggjøre bærekraftige alternativer og normalisere denne type produkter og tjenester. Det kan være med på å skape en holdningsendring blant forbrukere, som potensielt kan gi store effekter på hva som kjøpes og selges. For å omstille til et grønt skifte må man starte et sted og de små bærekraftige gründerne er en viktig del av dette skiftet. Det kreves imidlertid at virkemiddelapparatet legger til rette for disse gründerne slik at forutsetningene for bærekraftig entreprenørskap er gode.

I det videre vil jeg først presentere utfordringene som gründerne jeg har intervjuet møtte på i oppstartsfasen. Delkapittel 4.1 fokuserer dermed på å besvare underproblemstilling 1. Videre vil jeg i delkapittel 4.2 gi en oversikt over hva de samme gründerne opplever at mangler av tilbud og ressurser hos virkemiddelapparatet og i det entreprenørielle økosystemet forøvrig slik det er i dag. Delkapittel 4.2 fokuserer dermed på å besvare underproblemstilling 2. Begge kapitlene vil også presentere virkemiddelapparatet sine meninger og refleksjoner rundt bærekraftig entreprenørskap samt deres tanker om bærekraftige entreprenørers utfordringer og betydning for det grønne skiftet.

#### 4.1 Barrierer i oppstartsfasen

1. *Hvilke utfordringer møter gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap på i oppstartsfasen?*

Det å ha tilgang på gode entreprenørielle økosystemer er en enorm fordel for gründerne som skal starte bedrift og har en positiv effekt på tilgang til informasjon, kapital og motivasjon (Hoang & Antoncib, 2003; Jenssen & Koenig, 2002). Det kommer frem av intervjuene at de bærekraftige entreprenørene møter flere ulike barrierer i løpet av oppstartsfasen. Disse vil i det følgende presenteres og diskuteres sammen med relevant teori og tidligere forskning.

Samtlige av gründerne jeg var i kontakt med beskriver oppstartsprosessen som en situasjon preget av opp- og nedturer med store arbeidsmengder. Informantene fikk spørsmål om hvilke barrierer de møtte på i oppstartsfasen. Informant 4 svarer at det var utfordringer å bygge opp et nettverk, komme seg ut i markedet og finansiere drift og utvikling. Informant 1 synes det var det vanskelig å nå gjennom hos Innovasjon Norge og LERA, i tillegg var det utfordrende å være alene i oppstartsfasen og dyrt å leie lokaler i sentrum. Høye kostnader knyttet til husleie påpekes også som en sentral utfordring av Informant 2. Videre forteller både informant 1, 2 og 3 at deres arbeidskapasitet er strukket langt og at de gjerne skulle ansatt flere og på den måten skapt flere arbeidsplasser. Av økonomiske årsaker så har de imidlertid ikke mulighet til det. Informant 3 peker også på samme utfordring som informant 4 når det gjelder å nå ut til markedet av potensielle kunder. Informant 4 begrunner noen av disse utfordringene i det faktum at bærekraftig entreprenørskap er nytt, og at markedet er udefinert. Mangel på forskning og informasjon skaper i tillegg usikkerhet rundt hvorvidt slike bedrifter er lønnsomme å investere i, det blir således vanskeligere for bærekraftige entreprenører å få kontakt med potensielle

investorer. Det er viktig å påpeke at disse utfordringene er typisk for gründervirksomhet generelt og ikke er særegne for bærekraftig entreprenørskap (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015; Shepherd et al., 2000).

Tabell 2 gir en oversikt over de barrierene som jeg kort har presentert over, samt hvilke informanter som opplevde eller opplever de ulike barrierene. Barrierene i Tabell 2 er ufortolkede utdrag fra informantenes svar på spørsmål om hvilke barrierer de møtte på i oppstartsfasen. Alle disse barrierene knytter seg til bedriften i form av å være et hinder for utvikling. Tabellen er laget for å gi en oversiktlig fremstilling av de aktuelle barrierene samt hvilke informanter som har opplevd eller opplever hvilke barrierer. ”x” indikerer at den respektive informanten har møtt på den aktuelle barrieren i oppstartsfasen og opplevd den som en utfordring.

<b>Barrierer</b>	<b>Informant 1</b>	<b>Informant 2</b>	<b>Informant 3</b>	<b>Informant 4</b>
Være alene i oppstartsfasen	x			
Nå ut til markedet med forretningsideen		x		x
Få kontakt med andre bærekraftige gründere og bygge nettverk	x			x
Dyr husleie	x		x	
Bærekraftig entreprenørskap er nytt og markedet er udefinert				x
For få ansatte	x	x	x	
Økonomi	x	x	x	x

*Tabell 2: Barrierer som fremkom av spørsmål 5 i intervju med gründerne (Se vedlegg E).*

Disse barrierene har jeg videre sortert inn i tre overordnede temaer i Tabell 3. Disse temaene vil være utgangspunktet for min videre diskusjon av informantenes utfordringer. Hensikten med kategoriseringen i Tabell 3 er å ta utgangspunkt i essensen av barrierene gründerne beskriver og på den måten kunne ta for seg større temaer fremfor hver enkelt barriere som et tema i seg

selv. Temaene har jeg kommet frem til ved å ha en abduktiv tilnærming til datamaterialet. Jeg har beveget meg frem og tilbake mellom empiri, egne tolkninger, litteratur og tidligere forskning. Slik har jeg generert og analysert data om hverandre og fått en dypere forståelse av datamaterialet og evnet å se de store sammenhengene, nemlig de gjentakende temaene som gründerne stadig kommer tilbake til i intervjuene. Temaene er ”nettverk og samarbeid”, ”tilhørighet og tilpasning” og ”økonomi”.

<b>Tema</b>	<b>Informant 1</b>	<b>Informant 2</b>	<b>Informant 3</b>	<b>Informant 4</b>
Nettverk og samarbeid	x			x
Tilhørighet og tilpasning	x	x	x	x
Økonomi	x	x	x	x

*Tabell 3: Barrierer sortert i overordnede temaer.*

Noen av barrierene i Tabell 2 vil høre til i flere av temaene i Tabell 3. Dette er fordi de påvirker hverandre og den ene kan fullt eller delvis være et resultat av den andre. Det er derfor ikke hensiktsmessig å plassere hver enkelt barriere fra Tabell 2 inn under respektive temaer i Tabell 3. Det som kommer frem av Tabell 3 er at gründerne i stor grad opplever de samme barrierene i oppstartsprosessen. Dette er et viktig resultat som forteller at gründerne har flere like oppfatninger av hvor utfordringene med å starte opp en bærekraftig virksomhet ligger. For å fremstille resultatene på en ryddig måte tar jeg i det videre for meg hvert tema og går nærmere inn på hva informantene beskriver som utfordrende.

#### 4.1.1 Nettverk og samarbeid

Nettverk er viktig for bedrifters overlevelse og økonomiske suksess. Et nettverk er alle de eksterne ressurser som kan være til nytte for gründeren som etablerer og driver bedrift (Ritter, 2007). Gode nettverk vil være svært fordelaktig i en oppstartsprosess fordi det kan bidra med råd, informasjon, samarbeidspartnere og kapital (Hoang & Antoncib, 2003). Informant 2 har et stort nettverk og forteller at dette var og er svært viktig for utvikling av bedriften:

Ja, jeg har et enormt nettverk, det er jo det som er årsaken til at vi har kommet så langt som vi har (...) Jeg kjenner hele byen, hehe, så nettverk har vært helt avgjørende i det jeg holder på med. (Informant 2)

Vedkommende understreker likevel at det ville vært fordelaktig med mer nettverksvirksomhet mellom bedrifter i kommunen som har de samme grønne verdiene. Det samme gjelder for informant 3. Informanten har i stor grad benyttet seg av de ressursene som fins i nærområdet og har fått mye hjelp fra frivillige. Det har derfor ikke vært en sentral utfordring å knytte nettverk eller samarbeid i oppstartsfasen. Likevel, i likhet med informant 2, påpeker også informant 3 at det gjerne skulle vært mer samarbeid mellom de små bærekraftige bedriftene i kommunen. Dette vil jeg komme tilbake til i delkapittel 4.2.1.

Informant 1 og 4 påpeker at nettverk har vært en utfordring fra begynnelsen. Informant 4 hadde ikke et nettverk fra før slik som informant 2 og 3, og beskriver det som utfordrende og komplisert å bygge opp et nettverk i oppstartsfasen. Dette ble imidlertid enklere da vedkommende fikk kontor plass ved en inkubator. Som en del av inkubatoren opplevde informanten å få tilgang på et stort nettverk som var svært positivt for utvikling av bedriften. Informant 1, som også har hatt kontor plass ved samme inkubator, forteller om en noe annerledes opplevelse. På en side var kontor plassen avgjørende for bedriftens utvikling. Her hadde informanten tilgang til informasjon og rådgivning i en arena med faste rammer rundt utvikling. Utfordringen var imidlertid at det de øvrige bedriftene i inkubatoren holdt på med var veldig fjernt fra informantens bedrift: ”Det var jo ingen som jobbet noe spesielt med miljø der, emh, slik at de hadde kompetanse på hvordan man skal gå frem for å utvikle noe, men ikke noe relevant for min idé egentlig”. Videre forteller informanten at: ”...de jobbet med ganske tung teknologi, så de var ikke interessert i mitt prosjekt egentlig (...) hadde ikke helt troen” (Informant 1). Dette førte til at vedkommende ikke opplevde å kunne dra noe særlig veksler på de andre gründerne i inkubatoren slik som Informant 4 kunne.

Informantene forteller om en noe ulik opplevelse av muligheter for å knytte kontakter og etablere gode nettverk i Trondheim. Én av informantene har et godt nettverk som følge av tidligere jobber og annen erfaring som gründer. For informant 3 var det enkelt å finne de ressursene vedkommende trengte i umiddelbar nærhet. For Informant 1 og 4 har det vært noe mer utfordrende å knytte de viktige nettverkene og skape de gode samarbeidende. Samtidig har disse informantene ulik opplevelse av den samme situasjonen, nemlig kontor plassen på

inkubatoren. Begge beskriver dette tilbudet som svært nyttig, men for informant 1 var det ikke like enkelt å benytte arenaen til nettverksbygging som det var for informant 4. Dette forteller oss at tidligere erfaring, type bedrift, forretningside og kunnskapsbase trolig har en påvirkning på hvilket nettverk man har og kan bygge opp. Uavhengig av dette så er alle informantene enige om at de ønsker mer samarbeid mellom grønne bedrifter i Trondheimsregionen, men at dette er utfordrende å få til på grunn av begrenset tid og arbeidskapasitet. Tid og arbeidskapasitet er ressurser som i stor grad er strukket til det ytterste av samtlige av informantene. De påpeker at det å være alene om store arbeidsmengder kan virke negativt på motivasjonen for å jobbe med etablering og utvikling av bedriften. I forbindelse med en nedgangsperiode Informant 1 opplevde, forteller vedkommende at det å ha samarbeid og dialog med andre aktører var "...helt avgjørende for at jeg klarte å fortsette å være i butikken i den perioden, så det var veldig, veldig verdifullt". Informanten mener det er mye motivasjon å hente i å ha regelmessig kontakt med andre bedrifter som er i samme båt. I denne sammenheng har motivasjon derfor en positiv sammenheng med samarbeid og tilknytning til andre. Dette er også i tråd med Jenssen og Koenig (2002) sin forskning som viser at sosiale nettverk gir tilgang på motivasjon. Informant 1 forteller videre at:

Jeg tror det er mange som er i samme båt, at de er alene om å drive og at det ikke er nok penger som strekker til. Så føler man seg veldig ensom i bedriften da, og da mister man kanskje litt troen. Da er det vanskelig å få bedriften opp og gå. (Informant 1)

Informant 3 forteller at kontinuerlig store arbeidsmengder fører til at man blir sliten, da går det ut over arbeidet. Da er det lett å bli lei og det er vanskelig å holde motivasjonen oppe. Informant 4 beskriver utfordringen med motivasjon slik:

Den største utfordringen er psyken når man skal starte opp en egen oppstartsbedrift. Mye jobb å bygge opp psyken og fortsatt ha troen på at det skal gå bra, takle all arbeidsmengden og håndtere det på en god måte. (Informant 4)

Dersom motivasjon varierer med hvilke ressurser man har tilgang til, i hvilken grad man har samarbeid med andre og har tilgang til et nettverk, slik som informant 1, 3 og 4 beskriver, vil fravær av dette føre til mindre motivasjon og muligens mindre sannsynlighet for å lykkes med bedriften. Som sagt påpeker også Jenssen og Koenig (2002) at motivasjon kan styrkes gjennom sosiale nettverk (Jenssen & Koenig, 2002). Derfor er det viktig at entreprenøren har tilgang til

godt fungerende og effektive entreprenørielle økosystem, ikke bare fordi det er en kilde til motivasjon, men også fordi det gir tilgang på nødvendige ressurser som interesserte kunder, leverandører, kompetent arbeidskraft og risikovillig kapital (Clausen et al., 2017). Tilgang på risikovillig kapital er en del av utfordringen i den økonomiske barrieren som forklares nærmere i neste delkapittel 4.1.2.

#### 4.1.2 Økonomi

”Det er jo økonomi, hehe, og nettverk. Ja det er vel økonomi og nettverk som er de største problemene” (Informant 4). Dette svarte Informant 4 på spørsmål om hva som er de største utfordringene vedkommende må overkomme for å nå sine visjoner og mål for bedriften. Informant 1 sine største utfordringer knytter seg også til økonomi og informant 1 forteller at omsetningen må øke for at bedriften skal bli økonomisk bærekraftig. For å øke omsetningen trenger de større lokaler og flere ansatte, men det har ikke bedriften økonomi til og informant 1 må derfor bruke det meste av sin egen tid i butikken. Når det meste av tiden går til drift av virksomheten blir det som en naturlig følge mindre tid til videreutvikling:

Ja, sånn som nå så jobber jeg ganske mange timer for ganske lite lønn. Da får jeg ikke tid til å tenke så mye på langsiktig utvikling fordi jeg bli stående i butikken i stedet, og det er jo litt ugunstig da. (Informant 1)

Økonomi skaper begrensninger for Informant 2 på samme måte. Informanten jobber mye uten inntekt og tiden strekker ikke til for å jobbe med utvikling av bedriften parallelt med drift. Det finnes heller ikke midler til å ansette flere faste ansatte med lønn. Informanten er avhengig av å ha annet lønnet arbeid ved siden av bedriften fordi vedkommende ikke har mulighet til å ta ut tilstrekkelig med lønn fra egen bedrift. ”Jeg må jo hele tiden selge timene mine (...) vi har hatt det travelt” (Informant 2). Informant 3 har den samme utfordringen og forteller at mange av visjonene vedkommende har for bedriften ikke blir iverksatt fordi det meste av tiden går til å drifte og tjene penger for å betale regningene. Informanten forteller: ”... også håper jeg vi kan sikre en rettferdig lønn til de som jobber her fulltid. Den dagen vi kan garantere en minstelønn vil være fint” (Informant 3).

Utfordringene knyttet til nettverk, samarbeid og økonomi som er diskutert i dette delkapittelet og delkapittel 4.1.1 er typiske utfordringer for mange gründere, uavhengig av om de driver med



bærekraftig entreprenørskap eller ikke (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015; Shepherd et al., 2000). Noen av utfordringene er imidlertid særskilt knyttet til den grønne strategien. Gründerne fikk spørsmål om hvordan de tror det er å drive med tradisjonelt entreprenørskap sammenlignet med bærekraftig entreprenørskap og Informant 3 svarer at: ”Det er jo litt vanskelig når jeg går i butikken og ser en kål til 2 kroner og en kål til 20 kroner” (Informant 3). Årsaken til slike prisforskjeller er at økologiske matvarer i gjennomsnitt er dyrere enn ikke-økologiske matvarer (NIBO, 2008). Schick et al. (2002) understreker at grønne oppstartsbedrifter som har ekstra kostnader som følge av deres bærekraftige forretningspraksis har større økonomiske utfordringer. Informanten fra LERA peker også på kostnadsforskjeller som en utfordring for bærekraftig entreprenørskap:

Dersom det grønne alternativet er billigere ville jo alle valgt det og klistret opp en lapp hvor det står at dette er miljøvennlig. Slik er det ikke. Derfor må de grønne entreprenørene jobbe mer med markedsføring og merkevarebygging for å skille seg ut slik at det ”grønne” kan betale seg. (LERA)

Investeringsmidler og tilskudd er en annen sentral del av økonomien til gründere. For mange er det helt nødvendig å motta slike midler for å iverksette sin idé og etablere en bedrift. Møtet med virkemiddelapparat og investorer er derfor avgjørende for de fleste gründere. Informant 1 oppfatter det som lettere å bli møtt med begeistring hos potensielle investorer og virkemiddelapparatet om man ikke har en grønn strategi. Informanten tror at disse personene eller aktørene kan ha stereotypiske oppfatninger av hvordan miljøforkjempere er: ”De har assosiasjoner til bærekraftige entreprenører som kan være vanskelige å bryte, og det kan gjøre det vanskelig av og til” (Informant 1). Informanten har altså en oppfatning av at det er vanskeligere å skaffe nødvendig finansiering som en grønn gründer. Unntaket her er naturligvis hos Climate-KIC som kun gir bistand til bærekraftige gründere, noe som er til de bærekraftige gründerne sin fordel. Utover dette kommer det ikke frem av resultatene at det stilles ulike krav til bærekraftige og ikke-bærekraftige gründere. Resultatene antyder at Trondheim kommune, Innovasjon Norge og LERA er mest opptatt av at idéen skal være gjennomførbar, være mulig å tjene penger på og at gründeren helst skal ha kjennskap til det aktuelle markedet og kanskje ha et nettverk. LERA har stor innflytelse på oppstartsbedrifter fordi de på vegne av Trondheim kommune foretar næringsfaglig vurdering og dermed bestemmer hvem som kvalifiserer til dagpenger fra NAV. Å motta dagpenger fra NAV kan bety at man har mulighet til å vie langt mer tid og ressurser til å utvikle forretningsideen sin, det kan være avgjørende for prosjektets

utvikling og igangsettelse. Informanten i LERA forteller imidlertid at de grønne gründerne ikke kommer til dem, men at de i samtaler med oppstartsbedrifter kan anbefale å legge inn grønne verdier fordi det er bra for merkevarebyggingen. Informanten i Innovasjon Norge forteller som sagt at det er et fokus på bærekraft, men at case de går inn i ikke behøver å ha en utstrakt positiv miljøeffekt, det er nok at det ikke har en negativ effekt. Disse kriteriene legger i utgangspunktet ikke opp til at det skal være mer utfordrende for grønne gründere å innfri kravene for bistand. I noen tilfeller vil til og med den grønne idéen bli prioritert forteller Informanten fra Innovasjon Norge: ”Hvis du sammenligner, hvis det er to nøyaktig like ideer og den ene har et mye mer grønt fokus eller har et pluss på det grønne, så vil nok den bli prioritert, ja” (Innovasjon Norge).

Selv om virkemiddelapparatet behandler bærekraftige gründere og ikke-bærekraftige gründere likt er det et faktum at utgangspunktet for mange bærekraftige gründere kan være dårligere som et resultat av at feltet er underanalysert. Det fører nemlig til mangel på informasjon om potensielle markeder, hvordan introdusere denne type produkter eller tjenester i markedet og usikkerhet på om det eksisterer en etterspørsel etter den type produkter eller tjenester. Av den grunn kan det være vanskelig for gründeren å forklare sin forretningsidé overfor investor eller virkemiddelapparat (Bergset, 2015; Schaper, 2002). Dette utgangspunktet gjør det vanskeligere for grønne gründere å innfri virkemiddelapparatets krav sammenlignet med gründere som skal inn i eksisterende markeder hvor det eksisterer mye tilgjengelig informasjon. Dermed blir det kanskje vanskeligere å bli møtt med begeistring og skaffe nødvendig finansiering som Informant 1 påpeker. Dette kan være en del av årsaken til at Informant 1 og 3 har hatt utfordringer med å skaffe nødvendig kapital. Utfordringen knyttet til manglende informasjon om bærekraftig entreprenørskap vil diskuteres nærmere i påfølgende delkapittel.

#### 4.1.3 Tilhørighet og tilrettelegging

Tilhørighet og tilrettelegging handler om gründerne sin opplevelse av at det hører til en plass i de entreprenørielle økosystemet og at det er lagt til rette slik at de nødvendige ressursene er tilgjengelige. Informantene beskriver det som utfordrende å nå gjennom hos virkemiddelapparatet og potensielle investorer, samt å nå ut til markedet og få oversikt over markedet. En årsak til at informantene opplever disse utfordringene kan være som beskrevet av Cohen og Winn (2007) og Bergset (2018), nemlig at klimautfordringene har skapt et behov for nye bærekraftige løsninger og at entreprenører som tar nytte av dette har skapt helt nye

markeder (Cohen & Winn, 2007). Bergset (2018) viser som sagt videre i sin studie at når markedet for bærekraftig entreprenørskap er nytt kan entreprenørene oppleve utfordringer i kontakt med investorer, herunder å få oppmerksomheten deres og formidle forretningsmodellen sin. Det kan være vanskelig for investoren å forstå mulighetene for bedriften og det kan være vanskelig for entreprenøren å forklare investorer hva de holder på med (Bergset, 2018). Dette er i utgangspunktet utfordringer som er gjeldende for entreprenører som skal ut i nye markeder generelt og ikke bare for bærekraftige entreprenører (Shepherd et al., 2000). Det er likevel viktig å ta i betraktning da det representerer en reell utfordring for bærekraftige entreprenører sin mulighet til å lykkes.

Informantene fremstiller det som utfordrerne å nå ut til markedet med potensielle kunder. World Economic Forum (2013) definerer marked i entreprenørielle økosystemer som innenlands- og utenlands markeder bestående av kunder fra store bedrifter, små og mellomstore bedrifter (SMB) og myndigheter. Gründerne jeg har intervjuet retter seg i hovedsak mot innenlandsmarkedet og i tillegg til bedrifter og myndigheter så er forbrukermarkedet en sentral kundegruppe. Med utgangspunkt i gründerbedriftene sine verdigrunnlag kan det også antas at de potensielle kundene må ha interesse av å bidra til en bærekraftig fremtid og/eller fremme den type verdier. Utfordringene med markedet beskrives slik av henholdsvis informant 4 og informant 3: ”Det har vært ganske krevende å komme seg ut i markedet, for det er ikke noe marked som finnes egentlig” (Informant 4). Informant 3 forklarer at:

Kanskje vi ikke når helt ut til mainstreamgruppen, at mange av gjestene våre ikke er så kjøpesterke. Selv om lokalet er fullt så er det ikke så mye inn på kassen. Det er jo hyggelig, vi vil ikke at det skal være kjøpepress, men det er jo litt vanskelig å få ting til å gå rundt. Vi merker de gangene vi har et arrangement der det kommer mer ”vanlige” folk, da blir det helt sinnssykt hvor mye vi selger. (Informant 3)

Utfordringene med å få oversikt over hva som utgjør markedet, hvordan etablere seg i markedet og hva som er forutsetningene i markedet er en del av utfordringen gründerne har i møte med virkemiddelapparatet. Det er fordi virkemiddelapparatet ønsker at gründerne de skal bistå har kunnskap og oversikt over markedet de skal inn i. Noe som ut fra resultatene kan se ut til å være utfordrende.

Informant 1 forklarer at møtet med virkemiddelapparatet ga en opplevelse av at konseptet ble for lite til at ”de store businessfolkene” hadde ork og ønske om å engasjere seg. Tidlig i oppstartsfasen var informanten på utkikk etter steder som kunne tilby informasjon og råd, og opplevde da at det var vanskelig å finne passende aktører. Vedkommende fikk veiledningstime hos LERA og beskriver møtet slik:

Eh, fikk en veiledningstime, vet ikke om jeg fikk så mye ut av den (...) det var ikke nok potensiale til å tjene inn gode penger i en slik butikk, det er mer en miljøgreie, men det er en viktig greie, men det så ikke de da. (Informant 1)

Informanten opplevde heller ikke å bli helt forstått i møtet med Innovasjon Norge og forteller at møtet ble til en kort dialog hvor det var vanskelig å få frem behovene sine, og hvor rådgiveren ga uttrykk for å ikke ha tro på forretningsideen. Informant 3 opplevde en liknende situasjon da informanten i startfasen hadde behov for økonomisk hjelp for å holde bedriften i gang. Informanten tok flere telefoner rundt i kommunen og ble stadig henvist videre. Etter flere telefonrunder fikk informanten til slutt vite at det ikke fantes noen midler til den type bedrift. Informant 3 forteller at systemet de ble møtt med i første omgang var tungt og preget av mye byråkrati. Informant 2 forteller også om et tungrodd system:

Vi jobber jo mot alle disse hele tiden, det er tungt fordi du skal i møter, også har de ansatt ny sjef, eller så har de ikke tid, det er veldig sånn. Det er et byråkrati uten like i Trondheim kommune. (Informant 2)

Av erfaringene til informantene tyder det på at det har vært utfordrende å finne sin plass i økosystemet. De famler litt i forsøket på å finne sin identitet og tilhørighet hos virkemiddelapparatet, i nettverk og i markedet. Som informant 1 sier: ”Jeg følte kanskje det manglet noe for oss da, det er jo viktig med konsepter som tar vare på miljøet, spesielt nå” (Informant 1). Dette er i tråd med det Bergset (2015) anser som en utfordring hos bærekraftige entreprenører, nemlig at markedet er nytt og at det derfor er vanskelig å gjøre seg forstått, få tillitt og tilegne seg de nødvendige ressursene i form av kapital, informasjon og nettverk (Bergset, 2015). På bakgrunn av dette kan det være vanskelig for gründerne å ha en god oversikt over markedet de skal inn i. De har lite erfaring med markedet og det kan være vanskelig å kartlegge om det er interesse for deres produkt eller tjeneste. Dette gjør det ekstra vanskelig for gründerne å innfri kriteriene til Climate-KIC, Innovasjon Norge og LERA. Informanten fra

Climate-KIC forteller at det er et kriterium fra deres side at bedriften de bistår har en løsning som kan tilbys internasjonalt, at det er mulig å tjene gode penger på det og at det er interesse i markedet. Informanten fra LERA understreker også at det må være enkelt å komme inn i markedet med ideen og at gründerne helst bør ha noe erfaring i det aktuelle markedet. Informanten i Innovasjon Norge foreller at de i utgangspunktet ikke støtter bedrifter som ikke har ambisjoner om å vokse og utvide virksomheten. Dette er en utfordring som igjen anerkjennes av tre av informantene i virkemiddelapparatet. De ser utfordringer knyttet til å formidle verdien av det gründerne gjør for klima samt å markedsføre seg. På spørsmål om det er noen spesielle behov bærekraftige entreprenører har som andre ikke har, svarer informanten fra Innovasjon Norge følgende:

Det er ofte et større utviklingsløp der sammenlignet med hva det kan være i en del andre type ideer hvor man er nærmere en løsning. I grønne ideer krever det mer forskning og mer optimalisering og større bearbeidelse av markedet for at markedet skal være klart for en slik type ide eller at folk skal være villige til å kjøpe det da. (Innovasjon Norge)

Det informanten fra Innovasjon Norge peker på, er at hele summen av usikkerhet og uvitenhet rundt bærekraftig entreprenørskap krever en større innsats fra entreprenøren for å utvikle sin idé og hevde seg i markedet. Informanten fra Climate-KIC understøtter de samme tendensene og forteller at de grønne entreprenørene kanskje trenger mer hjelp til å formidle verdien av det de gjør for klimaet. Herunder få verifisert at det de gjør faktisk har en positiv effekt og er et viktig bidrag for klima og miljø. I tillegg ligger det en utfordring i det å få verden rundt til å forstå at det er helt nødvendig med klimavennlige løsninger for å få bukt med klimaproblemene vi har i dag. Videre er det en utfordring for opplevelsen av tilhørighet og tilrettelegging at informanten fra Innovasjon Norge og Climate-KIC har et fokus på oppstartsbedrifter med teknologibaserte produkter og tjenester. Dette er en ulempe for gründerne jeg har intervjuet fordi deres produkter og tjenester ikke er basert på teknologi. Denne utfordringen undersøkes nærmere i delkapittel 4.2.3. For øvrig hviler det også et ansvar på virkemiddelapparatet knyttet til å tilegne seg informasjon om bærekraftige entreprenørskap. For at bærekraftige virksomheter skal etableres er det ifølge Schick et al. (2002) viktig at bedriftsrådgivere har kunnskap om bærekraftige utfordringer (Schick et al., 2002). Mangel på informasjon om bærekraftige entreprenører og markedet for grønne produkter og tjenester kan sannsynligvis vanskeliggjøre tilrettelegging for denne gruppen gründerne.

Dette delkapittelet har tatt for seg de ulike barrierene for oppstart som gründerne har møtt på og møter på i arbeidet med å etablere sin bedrift. I neste delkapittel skal jeg redegjøre for hva gründerne opplever som mangler i det entreprenørielle økosystemet, inkludert virkemiddelapparatet, knyttet til bistand, tilrettelegging og muligheter. Mens delkapittel 4.1 i størst grad har hatt fokus på gründerne sitt perspektiv, vil delkapittel 4.2 i noe større grad se situasjonen fra systemaktørene sitt perspektiv.

#### 4.2 Mangler hos virkemiddelapparatet og i det entreprenørielle økosystemet

##### *2. I hvilken grad er det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet i Trondheim tilpasset behovene til bærekraftige entreprenører?*

Bærekraftig entreprenørskap kan være en del av løsningen for å skape et bærekraftig samfunn og en sirkulær økonomi (Klima- og Miljødepartementet, 2017). Ut fra et bærekraftperspektiv er det svært ønskelig at næringslivet skal bidra til en positiv miljøeffekt og at forbrukere skal ta mer bevisste og bærekraftige valg (Rusten & Tvedt, 2018). Da er det viktig at myndighetene legger til rette for at det er ”attraktivt for næringsliv, industri og forbrukere å tenke sirkulært” (SINTEF, 2018). I hvilken grad bærekraftige gründerne opplever at det er lagt til rette for bærekraftig entreprenørskap skal diskuteres i dette delkapittelet. Det gjør jeg ved å se nærmere på hva gründerne peker på som mangler i det entreprenørielle økosystemet og hos virkemiddelapparatet.

Delkapittel 4.1 har i størst grad fokusert på foretaksaktører, dette delkapittelet vil fokusere mer på økosystemet og systemaktører. Systemaktørene er sentrale for å skape økonomisk restrukturering og radikale stutviklinger, noe vi ifølge transisjonsteori behøver for å takle de presserende klima- og miljøutfordringene vi står overfor (Isaksen et al., 2019; Markard, 2017). Systemaktørene er en del av de materielle egenskapene ved det entreprenørielle økosystemet. De materielle egenskapene handler blant annet om lover og regler som er med på å forme den økonomiske og politiske konteksten entreprenøren opererer i (Spigel, 2017). Overordnede politiske mål er som påpekt i delkapittel 2.10 en av indikatorene på om en bedrift er samfunnsøkonomisk lønnsom. Målene er derfor av stor betydning for hvilke bedrifter som får tildelt midler fra virkemiddelapparatet (Spilling et al., 2002). På en måte er virkemiddelapparatets arbeid derfor et resultat av hva som blir prioritert politisk og hvilke føringer myndighetene legger for virkemiddelapparatet.

Når det er sagt er budskapet fra myndighetene tydelig på at et grønt skifte er både ønskelig og nødvendig. Dette kommer blant annet til uttrykk gjennom klimaloven hvor klimamålet for 2050 er at Norge skal være et lavutslippssamfunn (Lovdata, 2017). Hvordan det skal skje er ikke definert i loven, men det er argumentert for at næringslivet, inkludert gründere og oppstartsbedrifter, har en viktig rolle i den sammenheng. De kan bidra til en positiv miljøeffekt ved å ta i bruk nye forretningsmodeller eller miljøteknologi. Nisjer kan bidra til radikale endringer i sosio-tekniske systemer ved å introdusere nye innovasjoner i etablerte regimer og på den måten endre regimestrukturer til å bli mer bærekraftige (Bjartnes, 2015; Geels, 2006; Klima- og miljødepartementet, 2014; Markard, 2017; Rusten & Tvedt, 2018). Det entreprenørielle økosystemet skaper på mange måter forutsetningene for entreprenørskap i regionen, og de materielle egenskapene påvirker bedrifter gjennom lover og regler som enten kan være hindrende eller muliggjørende for bærekraftig entreprenørskap (Nicotra et al., 2018). Noe av det viktigste for å skape grønne arbeidsplasser og ressurseffektiv verdiskaping i et lavutslippssamfunn er at virkemiddelapparatet legger til rette for grønn innovasjon og at staten setter gode rammebetingelser for et grønt næringsliv (Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft, 2016). På grunn av dette er det svært viktig å vite mer om hvordan gründere opplever det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet. Gründerne sine oppfatninger av hvor økosystemet og virkemiddelapparatet ikke strekker til viser seg å være svært entydige. De bygger naturlig nok på hva de har opplevd og opplever som barrierer som er diskutert i delkapittel 4.1. Overordnet kan oppfatningene kategoriseres til å omhandle ønsker om bedre muligheter for nettverksbygging, bedre ordninger for økonomisk støtte og et virkemiddelapparat som i sin helhet er mer tilpasset bærekraftige entreprenører. Dette vil jeg diskutere nærmere under overskriftene 4.2.1 "Nettverk", 4.2.2 "Økonomisk støtte" og 4.2.3 "Tilrettelegging og tilhørighet".

#### 4.2.1 Nettverk

Samtlige av gründerne har hatt samarbeid eller kontakt med andre bedrifter i oppstartsprosessen. Herunder både grønne og ikke-grønne bedrifter. Informant 1 har hatt et tidsbegrenset samarbeid med andre bedrifter i Trondheim som også driver med bærekraftig entreprenørskap. Samarbeidet har oppstått fordi de jobbet sammen om å planlegge og gjennomføre et arrangement i Trondheim. Informant 2 har hatt flere samarbeid med større organisasjoner. Informant 3 har hovedsakelig hatt små og mer uformelle avtaler med bedrifter

i nærheten hvor kontakten har båret preg av gjensidige små tjenester. Informant 4 har samarbeid med kun én annen bedrift, de har et gjensidig samarbeid hvor begge er like avhengig av hverandre. Gründerne sine nettverk varierer altså i både størrelse, hensikt og omfang. Tilgang på nettverk som kobler entreprenører, rådgivere, investorer og arbeidskraft og som bidrar til fri flyt av kunnskap og ferdigheter er en del av de sosiale egenskapene ved økosystemer (Spigel, 2017).

Informant 1 forklarer at en viktig årsak til at det har gått så bra med bedriften er at vedkommende har vært "...flink til å ta kontakt og spørre om ulike ting" (informant 1). Informant 4 understreker at "Noe av det beste er jo å prate med andre gründere som har god erfaring (...) å spørre folk og snakke med dem om deres erfaringer hjelper veldig" (Informant 4). Samtlige bekrefter at samarbeid med andre har vært svært nyttig for utviklingen av bedriften. For informant 3 var et av samarbeidene også årsaken til at vedkommende turte å satse på bedriften: "Så det var jo litt av årsaken til at vi turte å begynne og satse, nemlig at de sa at vi vil være med på laget" (Informant 3). Informantenes svar indikerer at samarbeid med andre har vært svært nyttig i arbeidet med bedriften. Fordelen med samarbeid og nettverk understrekes også av Hoang og Antoncib (2003) og Ritter (2007), nemlig at det er viktig for bedrifters overlevelse og suksess og at det er svært fordelaktig i en oppstartsprosess.

Samarbeidet og nettverksvirksomheten gründerne har hatt og har oppleves ikke som tilstrekkelig. Gründerne beskriver et behov for bedre muligheter for nettverksvirksomhet og samarbeid i regionen. De ønsker at slike muligheter i større grad skal organiseres og at myndighetene skal bidra til å skape denne strukturen. Som påpekt av Spigel (2017) kan egenskaper i økosystemet støtte og forsterke hverandre. Myndighetene påvirker konteksten entreprenøren opererer i gjennom materielle egenskaper som politikk og styring. Dette vil ha en indirekte påvirkning på de sosiale egenskapene, som i dette tilfellet er gründernes tilgang til nettverk. Myndighetene kan også foreta mer konkrete tiltak som å etablere eller støtte ulike programmer eller arrangementer. Gründerne fikk spørsmål om hva som er det viktigste for å legge til rette for bærekraftig entreprenørskap, her svarer Informant 1 følgende: "...og det nettverket da, at det er lagt til rette for å samarbeide med andre aktører som drive med det samme i området" (Informant 1). Samtlige av informantene påpekte at de savner et større nettverk i byen og en arena hvor det er naturlig å bygge nettverk og innlede slike samarbeid med andre bedrifter. De har en opplevelse av at det mangler en arena hvor små bedrifter med grønne verdier som dem selv kan ha en dialog og dra veksler på hverandre. Utvikling av nettverk i



form av møteplasser, spesielt for entreprenører og investorer, bør ifølge Spilling et al. (2002) prioriteres i regional- og næringspolitikken. Dette er viktig for å legge til rette for entreprenørskap som kan utvikle næringslivet. Informant 1 forteller følgende om behovet for en møteplass for bærekraftige entreprenører:

At man delte det beste man har gjort og det verste som har skjedd, at man bare møttes, egentlig bare møttes, det tror jeg hadde vært veldig... jeg tror det er mange som er i samme båt, at de er alene om å drive og at det ikke er nok penger. Da føler man seg veldig ensom i bedriften, og da mister man kanskje litt troen. Da er det vanskelig å få bedriften opp og gå. (Informant 1)

Informant 2 forteller også om et behov for mer samarbeid og nærhet til andre bærekraftige bedrifter. Informanten mener det ville vært positivt for vekst og utvikling av egen bedrift: ”Min drøm er at vi kunne hatt et varehus som ReTuna i midtbyen” (Informant 2). ReTuna er et varehus i Sverige med utelukkende grønne og bærekraftige bedrifter samlet under ett tak (ReTuna, 2019). Informant 2 forklarer at et slikt varehus i Trondheim kan skape et naturlig samlingspunkt for folk som er opptatt av det grønne skiftet og hvor de kan dra nytte av hverandre sin kunnskap og erfaringer. Jenssen og Koenig (2002) bekrefter i sin forskning at nettverk har en positiv effekt på tilgang til informasjon, kapital og motivasjon under oppstart av egen virksomhet i Norge. Dette understøttes også av Spigel (2017) som belyser viktigheten av nettverk for å skape konkurransekraft. Gründerne fikk spørsmål om hvordan man på best mulig måte kan etablere et slikt nettverk. Informant 1, 3 og 4 peker på at tid er en utfordring og at arbeidskapasiteten allerede er tøyd langt:

Hvis småbedriftene skal finne hverandre er det mangelen på tid gjerne (...) Det hadde vært fint med en liten stilling i fylkeskommunen for eksempel som hadde organisert og administrert det gjerne, for det er det som kan bli tidkrevende... Det kan bli mye på én person. (Informant 3)

Myndighetene kan skape grobunn for flere vellykkede grønne virksomheter, mer engasjement og mer utvikling ved å legge til rette for nettverksbygging mellom bærekraftige entreprenører. Det kan myndighetene gjøre ved å påvirke de sosiale egenskapene gjennom lover, regler og andre tiltak. Ved å fjerne institusjonelle barrierer og gi finansiell støtte til aktuelle arrangementer og programmer kan de altså legge til rette for opprettelse av gode nettverk. Slik

tilgang på en arena for kunnskapsdeling er en viktig del av de sosiale egenskapene ved entreprenørielle økosystemer. Rusten og Tvedt (2018) understreker også at effekten av lovverk, kontroll og oppfølging på vellykketheten til grønne bedrifter er stor (Rusten & Tvedt, 2018). Det at myndighetene tar en aktiv rolle i den sammenheng, slik som gründerne ønsker, er av den grunn sentralt for utvikling av slike bedrifter. Informanten fra Climate-KIC deler dette synet og forteller at noe av det viktigste for dem er å skape et nettverk for oppstartsbedrifter:

Det viktigste for oss er å være en støttespiller, både på finansieringssiden, men også det med å skape nettverk for de som er start-ups. Så det med å skape nettverk og gi de en internasjonal mulighet det er veldig viktig da. (Climate-KIC)

Her er det samtidig viktig å påpeke at Climate-KIC er fokusert på internasjonal ekspansjon. De ønsker å legge til rette for nettverksbygging med den hensikt at virksomheten de hjelper skal ekspandere ut over Norges landegrenser. Dette passer ikke med informant 3 sine visjoner og mål. Heller ikke informant 1, 2 og 4 har ytret ønsker om å utvide bedriften sin til det internasjonale markedet, deres hovedfokus er først og fremst å etablere seg i Trondheim for så å kanskje utvide til andre byer i Norge.

Gründerne ser for seg at nettverket skal være en arena for kunnskapsdeling, læring og utvikling. Informant 1 mener workshops hvor kunnskapsdeling og nettverksbygging er målet vil være positivt for utviklingen av bærekraftige bedrifter. Det er imidlertid sentralt at dette er dedikert til bærekraftige entreprenører:

...og det nettverket da, at det er lagt til rette for å samarbeide med andre aktører som driver med det samme i området (...) Det hadde jo vært mye mer verdifullt å være med folk som driver med det samme, da hadde jeg sikkert kommet i gang mye raskere og ja, kanskje fått det til bedre til og med (...) og at man kunne organisert seg og samlet seg oftere tror jeg kunne vært bra for alle egentlig. (Informant 1)

#### 4.2.2 Økonomisk støtte

En annen del av de sosiale egenskapene ved entreprenørielle økosystemer er tilgang på investeringskapital, herunder investeringskapital fra venner og familie, engelinvestorer og risikokapital (Spigel, 2017). Samtidig er finansiering av oppstartsbedrifter gjennom statlige

tilskudd eller lån er en viktig del av jobben til virkemiddelapparatet (Spilling et al., 2002). Sammen er investeringskapital og finansiering svært viktig for oppstartsbedrifter overlevelse og suksess (World Economic Forum, 2013).

Alle gründerne forteller at de har behov for en form for økonomisk støtte. Samtlige mener at det burde eksistere en støtte som knytter seg til klimabesparelsene de bidrar med. Deres klimabidrag strekker seg fra konkrete besparelser i klimagassutslipp, mer bærekraftige former for matforsyning og mindre forbruk av vann, til integrering, dyrevern og flere arbeidsplasser. I tillegg til å bidra til FN sitt bærekraftsmål knyttet til klima og miljø, bidrar de altså også til bærekraft på FN sine to resterende fokusområder: økonomi og sosiale forhold (FN, 2018). Dette understøtter det Informant 2 påpeker, nemlig at de på et vis er med på å løse et offentlig problem gjennom bedriften sin. Spilling et al. (2002) mener i likhet med gründerne at det er behov for styrking av de finansielle virkemidlene til entreprenører, spesielt finansieringsordninger rettet mot den tidlige utviklingsfasen. Bjartnes (2015) mener finansieringsutfordringer også melder seg senere i prosessen, og at det er krevende å få tilgang på kapital når det nærmer seg kommersialisering. Det er behov for en politikk som i større grad løfter frem nye og klimariktige løsninger.

Informant 1 mener myndighetene bør legge til rette for grønne bedrifter gjennom "... en form for tilbakebetalings- eller tilskuddsløsninger slik at man fikk tilskudd etter hvor mye man sparer miljøet" (Informant 1). Dette støttes som en hensiktsmessig metode for å fremme bærekraftig entreprenørskap av Dybvig et al. (2013) og Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft (2016). De argumenterer for at man må stimulere til ønsket utvikling gjennom en skatteløsning som bidrar til gode markeder for grønne løsninger. På den måten skal man skattlegge mer det man vil ha mindre av og omvendt (Dybvig et al., 2013; Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft, 2016). Det skal være mulig å skape en positiv virkning på miljøet gjennom et grønt skatteskiift, men det avhenger av utgangspunktet og omstendighetene (Schöb & Koskela, 1999). Et slikt grønt skatteskiift er ikke det informantene selv konkret peker på som en mangel, men det bygger på det samme prinsippet, nemlig at bedrifter som bidrar til en bærekraftig utvikling skal få en form for økonomisk gode. Dette vi potensielt skape ringvirkninger ved at den økonomiske situasjonen, som er blitt beskrevet som utfordrende av samtlige informanter i delkapittel 4.1.2 blir enklere. Som en følge blir det mer tid til å utvikle bedriften og tilpasse seg markedet slik at man kanskje treffer flere kundegrupper og får flere til å velge bedriftens bærekraftige løsninger.

Informant 3 forteller at for å nå målene og visjonene vedkommende har for bedriften så er økonomisk bistand det som ville hjulpet mest:

En enkel ting er å redusere momsene for småbedrifter. Det er kjempefint med råd og veiledning og gode ideer, men det er gjennomføring vi trenger hjelp til da, og da blir det lettere om man får redusert utgiftene, for da kan man kanskje klare seg selv økonomisk, eller kunne ansatt flere raskere. (Informant 3)

Som diskutert i delkapittel 4.1.2 påløper det også ekstra kostnader knyttet til innkjøp av råvarer for informant 3. Disse ekstra kostnadene kan knyttes direkte til deres grønne forretningspraksis fordi økologiske matvarer i gjennomsnitt er dyrere enn ikke-økologiske matvarer (NIBO, 2008). Bærekraftige gründere kan derfor som et resultat møte på utfordringer som tradisjonelle gründere ikke møter på. Utfordringen Informant 3 påpeker understøttes som et bredere problem av Schick et al. (2002) som i sin studie viser at det eksisterer flere utfordringer i oppstartsbedriften for bærekraftige gründere. Økonomi utpekte seg som et særlig problem for grønne oppstartsbedrifter som har ekstra kostnader som et resultat av deres grønne forretningspraksis. Disse bedriftene er med på å redusere offentlige kostnader knyttet til miljøvern og burde derfor gis ekstra godtgjørelse argumenteres det for. Dette blir også påpekt av informant 2 som forteller at det bedriften driver med på mange måter er et offentlig ansvar. Informanten fra LERA er delvis enig i at det er behov for en endring av tilskuddssystemet til oppstartsbedrifter. Informanten understreker at det burde etableres løsninger for skattelette eller lignende som en bonus for å drive med bærekraftig entreprenørskap. Slik det er i dag erfarer informanten at mange oppstartsbedrifter tar omveier i jakten på finansiering: ”De fleste tar rare omveier for å være søknadsberettiget. De blir styrt litt feil da, slik som systemet er lagt opp” (LERA).

Informant 2 peker på utfordringen med at det offentlige ikke kan gå inn og støtte enkelte bedrifter fordi det fører til konkurransevridning. Dette påpekes også av informantene fra Trondheim kommune og Innovasjon Norge. De må være forsiktige med hvilke bedrifter de støtter for å ikke være uheldig konkurransevridende i markedet. Informant 2 mener imidlertid at det offentlige har for mange vegringer for å jobbe sammen med næringslivet. Informanten mener at de i større grad bør være med på å bidra og legge til rette for bærekraftig entreprenørskap og at de bør gå foran som et godt eksempel:

Jo, jeg hadde håpet at det offentlige, altså fylkeskommune, kommune og stat, og staten kan jo være Innovasjon Norge i denne sammenhengen da, at de kunne vært med som samarbeidspartnere. Jeg hører jo om folk som får penger til alt mulig slags rart som jeg ser ikke er liv laga, men dette er jo liv laga! Så hvis vi hadde fått litt fra det offentlige, for jeg mener dette er et offentlig ansvar (...) at de kanskje kunne vært med og betalt noe av husleie (...) At vi har sagt at OK, dette er et prosjekt hvor dere er konseptutviklere, vi skal støtte dere med borgerlønn i tre år. Dette med å kunne vite at man har noe... for nå blir arbeidet veldig ad hoc preget i og med at vi må ha andre jobber ved siden av. (Informant 2)

En annen viktig måte offentlige aktører kan bistå økonomisk er gjennom offentlige anskaffelser. Som informanten fra Trondheim kommune forteller så er kommuneøkonomien stor og gjennom innkjøp kan kommunen i stor grad påvirke det grønne skiftet. På spørsmål om hva som må til for å gå over til en mer sirkulær økonomi svarer informanten fra Climate-KIC at reguleringer og krav når det kommer til offentlige anskaffelser er viktig. Informanten peker på at mange ønsker å kjøpe nye og bærekraftige løsninger, men at disse ofte er dyre:

...dersom store bedrifter får insentivmidler til å gå for det som er bærekraftig, eller at staten og kommunen selv setter høye krav på anskaffelser, så vil det være med å tvinge frem anvendelse av nye bærekraftige løsninger. Det vil igjen redusere prisen i og med at det får opp antall solgte produkter. Da blir det mer tilgjengelig for andre som kanskje ikke har mulighet til å kjøpe de dyreste løsningene. (Climate-KIC)

Selv om Climate-KIC er fokusert på høyteknologiske løsninger, så er det som informanten sier også gjeldende for gründerne jeg har intervjuet. Det er et faktum at det er dyrere å bestille catering fra små veganske og økologiske restauranter og at det fører til merkostnader for en bedrift å implementere løsningen til Informant 4. Merkostnader knyttet til bærekraftige alternativer gjelder ikke bare for bedrifter, men også for forbrukeren. Det må derfor ligge en annen merverdi i å ta slike bærekraftige valg. Det å handle på bruktbutikker kan imidlertid være billigere enn å handle nytt, men her er man avhengig av at forbrukeren ser verdien av å handle brukte gjenstander fremfor nye. Gjennom en radikal endring i vaner, livsstil, forretningsmodeller, politikk og infrastruktur kan vi kanskje skape et samfunn og en økonomisk organisering som bygger mer på sirkulære verdikjeder og økologisk økonomi, hvor det naturlige valget er det bærekraftige valget – både for offentlige og private aktører samt

privatpersoner (Dybvig et al., 2013; Markard, 2017; Markard et al., 2012). For å få til dette er det viktig at virkemiddelapparatet er åpen for omstilling og at de bærekraftige entreprenørene får mulighet til å introdusere nye radikale innovasjoner som er helt sentralt for omstilling (Bergset & Fichter, 2015; Hovland, 2018).

Det som jeg tenker er at det er ikke bare en løsning for klimaproblemene. Det er et ganske stort puslespill der ekstremt mange brikker må være på plass – både små og store brikker. Ikke bare de som er gründere og start-ups, men også de rundt som må benytte seg av de nye løsningene som finnes og som gjør verden mer bærekraftig. (Climate-KIC)

Som nevnt i delkapittel 4.1.3, så skaper økonomi begrensninger for utvikling av bedriften hos samtlige av gründerne. Årsaken til dette er i hovedsak at gründeren må bruke det meste av sin tid og arbeidskapasitet på å holde hjulene i gang i stedet for å utvikle. Dette har videre en påvirkning på motivasjonen og det å ha tro på at man klarer å jobbe seg gjennom tunge perioder. Ved å lette på det økonomiske presset gjennom for eksempel tilskuddsløsninger knyttet til klimabesparelser vil det ifølge gründerne føre til mer lønnsomme grønne bedrifter, flere arbeidsplasser og mer klimabesparelser. Dette handler blant annet om rollen virkemiddelapparatet tar, herunder i hvilken grad de legger til rette for bærekraftig entreprenørskap og tar en aktiv rolle for å fremme den type entreprenørskap. I den sammenheng forteller informanten fra Innovasjon Norge at de forsøker å ta rollen som brobygger mellom offentlig og privat sektor. Slik at når de ser rørelser i næringslivet, som økt fokus på bærekraft, skal de være på plass og plukke det opp. Ut i fra det gründerne forklarer kan det imidlertid tyde på at de ikke opplever at Innovasjon Norge tar en slik rolle. Det er kanskje et gap mellom rollen Innovasjon Norge ønsker å ta og rollen som gjenspeiles hos gründerne.

Informanten fra Trondheim kommune har en oppfatning av at ”grønnfargen” hos de grønne gründerne kan bli villedende for de som utvikler produkter eller tjenester. Informanten mener at forskjellen på grønne og ikke-grønne produkter egentlig ikke er så stor, og samme hvordan man vrir og vender på det så må produktet eller tjenesten fylle et behov hos forbrukeren. De bærekraftige entreprenørene kan ofte bli blendet av den ”fantastiske prosessen” med de klimabesparelsene de skal realisere og hvor mye de skal bidra til at verden går fremover. Samtidig så glemmer de forbrukeren som skal ha interesse av dette produktet eller denne

tjenesten, og kanskje er det ikke i nærheten av å fylle behovet til forbrukeren forteller informanten.

Jeg tror kanskje forskjellen på et grønt og et ikke-grønt produkt egentlig ikke er så veldig stor. Begge må på en måte fylle et behov hos dem som skal kjøpe eller ta det i bruk, det kan vi ikke glemme. (Trondheim kommune)

Informanten forteller videre at i arbeidet med både sirkulær og bærekraftig økonomi har vedkommende erfart at det i bunn og grunn er ”gammel økonomi” med noen nye vurderingskriterier. Det å alltid ha forbrukeren i bakhodet i utvikling av nye produkter og tjenester, påpekes også av informanten i Innovasjon Norge:

Ting som bare er grønt vil det ikke være insentiv for å opprettholde over lengre tid, men ting som er grønt og som man også kan tjene penger på, det er jo det som mest sannsynlig vil leve videre da, etter at den grønne bølgen og hypen er over da. (Innovasjon Norge)

Informanten fra Climate-KIC understreker at også de bedriftene som henvender seg til dem for bistand får beskjed om at det er helt sentralt at de har et godt kommersielt konsept. Det er ikke tilstrekkelig å ha en idé som skal redde verden, det må være et marked for denne ideen og det må være mulig å tjene penger på ideen.

Disse utsagnene gir et innblikk i hvordan virkemiddelapparatet arbeider og tyder på at de har et praktisk og realistisk syn på hvordan entreprenørskap og gründervirksomhet bør foregå. Utfordringen parallelt med dette er som informanten i Innovasjon Norge er inne på og som Schaper (2002) som sagt har påpekt i sin forskning, nemlig at det er lite forskning på feltet bærekraftig entreprenørskap (Schaper, 2002). Trolig kreves det mer forskning og mer bearbeidelse av markedet for at det skal bli klar for denne type produkter og tjenester. Klima- og miljøutfordringene er imidlertid så presserende at vi ikke har tid til å vente lengre. Dette tar oss videre til bærekraftig transisjon og Markard et al. (2012) som i sin forskning belyser at vi står overfor betydelige bærekraftsutfordringer som er koblet til, og forverres av, sterk stivhengighet og lock-in i flere sektorer. Konsekvensen kan være at vi får en langsom inkrementell endring som ikke vil være tilstrekkelig for å takle bærekraftsutfordringene (Markard et al., 2012). Holdningen virkemiddelapparatet virker å ha til bærekraftig

entreprenørskap kan anses som nokså stivhengig. Selv om de anerkjenner de positive virkningene av bærekraftig entreprenørskap og uttrykker et ønske og et behov for denne type entreprenørskap, så er det vekst, utvikling og mulig avkastning som står i fokus. Det grønne aspektet anses som en bonus. Virkemiddelapparatet tar utgangspunkt i det vi vet om dagens marked, etterspørsel og måte å gjøre ting på i vurderingen av de bærekraftige entreprenørene. På bakgrunn av det konkluderer blant annet Innovasjon Norge med at den grønne bølgen er en trend som vil gå over og at det da ikke lenger fins marked for produkter og tjenester som bare er grønne. En slik tilnærming kan i verste fall føre til en langsom inkrementell endring heller enn den radikale endringen mot et bærekraftig samfunn som vi behøver (Markard et al., 2012). Dersom myndighetene i større grad skal kunne legge til rette for bærekraftige entreprenører må de tenke nytt og bryte med de mønstrene vi har i dag. Som påpekt av Rusten og Tvedt (2018) har lovverk, kontroll og oppfølging effekt på vellykketheten til grønne bedrifter (Rusten & Tvedt, 2018). Justeringer her kan gjøre det enklere for de bærekraftige entreprenørene å etablere seg og potensielt føre til raskere omstilling til en grønnere økonomi. Da må det imidlertid legges til rette gjennom bistanden de gir og holdningsendringer slik at det blir mer attraktivt å tenke sirkulært både for næringsliv, industri og forbruker (SINTEF, 2018). I intervjuene med virkemiddelapparatet fremkommer det ingen resultater som indikerer at de legger til rette for at det skal være attraktivt å være en lokal bærekraftig gründer i Trøndelag. Climate-KIC skiller seg ut da de legger mer til rette for bærekraftig entreprenørskap sammenlignet med de tre øvrige, utfordringen er imidlertid at de har fokus på teknologibaserte løsninger som kan internasjonaleses. Dette passer som sagt ikke med de gründerne jeg har intervjuet.

#### 4.2.3 Tilrettelegging og tilhørighet

Flere av informantene beskriver episoder hvor de opplever mangel på tilhørighet i virkemiddelapparatet, samt situasjoner hvor det er mangelfull tilrettelegging for bærekraftig entreprenørskap i det entreprenørielle økosystemet. En del av denne utfordringen er trolig at bærekraftig entreprenørskap er nytt og at det finnes lite forskning på området (Schaper, 2002). Det skaper usikkerhet rundt hvordan man legger til rette for disse entreprenørene og i hvilken grad det er trygt for virkemiddelapparatet og investorer å investere sine ressurser i slike forretningsidéer (Bergset, 2015).

Weizäcker et al. (2009) forklarer at vi er på vei inn i et nytt paradigme, nemlig bærekraftsbølgen. De mener at utfordringer knyttet til klima, som forørkning, nedgang i



biologisk mangfold, forsøpling og ressursmangel skaper sine egne behov for nye løsninger (Weizäcker et al., 2009). Ved å utnytte disse nye behovene åpnes helt nye markeder og muligheter for næringslivet (Cohen & Winn, 2007; Dean & McMullen, 2007). Paradigmeskiftet baserer seg på utvikling av nye og bærekraftige teknologiske gjennombrudd. Gründerne jeg har intervjuet hører ikke til denne gruppen, men teorien er likevel relevant fordi den illustrerer hvordan bærekraftig produksjon og forbruk har blitt mer aktuelt. På den ene siden er det miljø- og klimautfordringene og behovet for bærekraftige løsninger som har gjort det mulig for bærekraftige gründerne å vokse frem. På den annen side er bærekraftig entreprenørskap som felt nytt og underanalysert, det at man mangler kunnskap på feltet er en utfordring – både for gründerne selv, investorer, markedet og virkemiddelapparat (Bergset, 2015; Schaper, 2002). Denne utfordringen blir blant annet tydelig når gründerne jeg intervjuet skulle beskrive hva slags type entreprenørskap de selv tenker de driver med. Det er kun én av gründerne som definerer det vedkommende holder på med som ”bærekraftig entreprenørskap”. Selv om de tre andre også per definisjon er bærekraftige entreprenører var det ingen av de som omtalte seg selv som det (Schaltegger & Wagner, 2011). De har et klart og tydelig bilde på hvilke mål de har med bedriften sin, og hvilke verdier de bygger på, men de har ikke et begrep å konkretisere det med. På spørsmål om hva slags entreprenørskap informantene driver med svarer informant 2:

Å, nei, dette er litt vanskelig fordi når jeg prater med folk sier de at det er sosialt entreprenørskap, men så sier jeg at det er det jo ikke... Så nei, jeg kan egentlig ikke svare på det. (Informant 2)

Det at gründerne har utfordringer med å konkretisere hva de holder på med og at feltet bærekraftig entreprenørskap er underanalysert er trolig en av årsakene til at gründerne mangler opplevelse av tilhørighet og tilrettelegging. Dette både fordi det kan komplisere prosessen med å finne passende tilbud fordi gründeren ikke vet hvor han eller hun skal lete, og fordi det kan være utfordrende for virkemiddelapparatet å legge til rette for gründerne som de har begrenset informasjon om. I forbindelse med tilrettelegging forklarer Informant 3 at: ”Vi har ikke fått noen store hindringer, så sånn sett er det lagt til rette, men jeg ser ikke at vi har fått noen sånn kjempestore dytt for å hjelpe oss heller, de er mer nøytrale liksom, gjør ingenting” (Informant 3). Informanten sin opplevelse er at virkemiddelapparatet forholder seg mer nøytral og i liten grad har tatt en aktiv rolle, verken i positiv eller negativ forstand.

Informant 2 mener at kommunen er for likte aktiv og påpeker i den sammenheng at: ”Vi håper jo at Trondheim kommune kan skjønne sin besøkestid her, for vi gjør jo noe for de også, ikke sant” (Informant 2). Det informanten mener er det som tidligere er blitt diskutert i delkapittel 4.2.2, nemlig at de bærekraftige entreprenørene er med på å løse en offentlig oppgave. Informanten argumenterer for at privat og offentlig sektor må samarbeide mer, fordi det er vanskelig å få investorer inn i slike bedrifter. Offentlig sektor trenger bedrifter som bidrar til en grønn profil inn i det grønne skiftet, det kan skje gjennom tettere samarbeid mellom offentlig og privat sektor forteller informanten. Et behov for mer samarbeid mellom privat og offentlig sektor påpekes også av Informant 1. Informanten mener det er en vei å gå når det kommer til å være der de grønne entreprenørene er og fange opp de gode ideene:

Det er et lite gap mellom klimamålene som kommer og hva institusjonene faktisk gjør for å nå de (...) Det nytter jo ikke å forske og forske og finne ut at ja, vi trenger de grønne bedriftene. Det er et lite gap der da, det mener jeg. Så man må legge til rette for de grønne bedriftene. (Informant 1)

Offentlige aktører har som diskutert i delkapittel 4.2.2 en betydelig rolle når det kommer til bærekraftig omstilling gjennom blant annet offentlige anskaffelser. Her kan de bidra til å skape markeder ved å ta strategiske valg i sine innkjøp, og på så måte gjøre offentlige anskaffelser til et virkemiddel for å fremme klima- og miljøvennlig innovasjon. Ved å satse på offentlig-privat innovasjon kan utvikling og innovasjon knyttes tettere til offentlige anskaffelser (Nærings- og fiskeridepartementet, 2017). Informant 3 forteller at fylkeskommunen bevisst har brukt dem til catering:

Fylkeskommunen har bevisst brukt oss i catering to ganger for å støtte småbedriftene, og det har hjulpet sykt mye, det har så mye å si! Så det kan være en måte når kommunen bestiller mat da, eller en tjeneste, så kan de gjøre det fra de som er minst. Til de det ikke er en dråpe i havet for. Jeg tror ikke folk er klar over hvor mye det betyr for de små at folk bruker de i stedet for å dra til de store kjedene. (Informant 3)

Ved å benytte bærekraftige entreprenører i offentlige anskaffelser skapes markeder for denne type produkter og tjenester. Gründerne kan som resultat oppleve en region som er mer tilrettelagt for bærekraftig entreprenørskap. Som systemaktør er offentlige aktører svært viktige for å utvikle nye industrier og på den måten stimulere til radikal stuetvikling (Isaksen et al.,

2019). Offentlig politikk er et avgjørende element i bærekraftig transisjon (Markard et al., 2012). Gjennom blant annet anskaffelser, lover og regler er myndighetene med på å forme økosystemet til entreprenøren og kan enten akselerere eller forhindre innovasjon og grønn omstilling (Koch et al., 2015; Nicotra et al., 2018; Spigel, 2017). Det handler om å løfte frem det man vil ha mer av gjennom å legge til rette. Herunder kommer også det som er blitt diskutert i delkapittel 4.2.2 knyttet til statlige tilskudd og skattefordeler som kan ha vesentlig betydning for gründere sin mulighet til å lykkes (Dybvig et al., 2013; Schaper, 2016). Gründerne sitt behov for et mer tilrettelagt tilbud knytter seg også til å få frigjort kapasitet. Informant 1 understreker som vist i delkapittel 4.1, at dersom noe kapasitet hadde blitt frigjort ville det også blitt lettere å nå ut med kommunikasjon til markedet. Informant 3 bekrefter utfordringen med kapasitet og forteller at det er det faktum at ting tar lang tid som er utfordringen. De må hele tiden sikre inntekt gjennom andre jobber. De ønsker et virkemiddelapparat som er mer aktiv, og som tar mer del i deres arbeid, nettopp fordi det gründerne gjør på mange måter er en offentlig oppgave.

Informant 3 forteller som tidligere nevnt om behov for økonomisk bistand i oppstartsfasen og at vedkommende derfor tok kontakt med ulike ressurser i Trondheim kommune. Informanten brukte mye tid på å bli henvist videre til ulike personer før vedkommende til slutt fant ut at det ikke fantes midler i kommunen som passet til bedriften. Informant 1 forteller om en liknende opplevelse da vedkommende søkte om midler hos Innovasjon Norge. Informanten opplevde at bedriften ikke ”passet inn” og at det manglet et tilbud til sin bedrift hos Innovasjon Norge. Som forklart i delkapittel 4.1.2 har den økonomiske situasjonen generelt vært en utfordring for samtlige av informantene. Informanten fra Climate-KIC mener at tilgang på risikokapital handler om overbevisning heller enn tilgjengelighet. Informanten forteller at mange gründere klager over få tidligfaseinvestorer. Vedkommende mener dette handler om overbevisning, nemlig at investorene finnes der ute og bare trenger overbevisning for å investere. Ifølge Bergset (2015) er det som tidligere forklart nettopp det å overbevise som kan være vanskelig på grunn av at bærekraftig entreprenørskap er nytt. Det er utfordrende at markedet som bærekraftige entreprenører opererer i er nytt og mindre forutsigbart. Det kan gjøre det vanskelig for gründeren å forklare overfor investoren hva de gjør som igjen kan gjøre det vanskelig for investoren å vurdere om det er hensiktsmessig å investere i slike konsepter. I tillegg er det en ekstra utfordring at de har mindre informasjon knyttet til introduksjon av slike produkter i markedet (Bergset, 2015, 2018; Bergset & Fichter, 2015). Denne problemstillingen tas også opp av Informanten i Innovasjon Norge. Informanten peker på at grønne ideer krever mer forskning og optimalisering og større bearbeidelse av markedet for at det skal være villige til å

kjøpe den type produkter eller tjenester. Usikkerheten knyttet til det nye markedet gjør det vanskeligere for de bærekraftige entreprenørene å tilegne seg de ressursene de har behov for (Bergset, 2015). Dette blant annet fordi gründerne selv ikke opplever å ha en naturlig tilhørighet et sted som beskrevet i delkapittel 4.1.3. Det å kunne identifisere hva man holder på med og få en tilhørighet handler også om å vite hvor man skal se for å finne de nødvendige ressursene og bygge viktige nettverk. Dersom dette ikke er på plass kan det være ekstra utfordrende for gründeren å etablere en levedyktig bedrift. Mangel på tilhørighet og nettverk oppleves som forklart i delkapittel 4.1.3 som en barriere for oppstart.

Det ble nevnt i delkapittel 4.1.3 at resultatene fra intervjuer med virkemiddelapparatet antyder at deler av virkemiddelapparatet er rettet mot teknologibaserte produkter og tjenester. På spørsmål om hvilket forhold Innovasjon Norge har til bærekraftig entreprenørskap svarer informanten at de har ulike miljøteknologiordninger hvor det er satt av penger til forprosjekter og hovedprosjekter. På spørsmål om hvilken innflytelse Climate KIC har i det grønne skiftet svarer Informanten at de gjennom den jobben de gjør er med på å spre kunnskap om hvilke teknologier som fungerer godt og som kan effektivisere drift samtidig som de reduserer utslipp. Innovasjon Norge sin forklaring på hvilke særlige utfordringer de ser bærekraftige entreprenører har, bærer også preg av å være fokusert på teknologi og hvordan miljøteknologi kanskje har et større utviklingsløp og krever mer forskning og optimalisering enn andre løsninger. Ingen av gründerne jeg har intervjuet driver imidlertid med teknologibaserte løsninger, så dette kan være en årsak til at gründerne jeg har intervjuet opplever et virkemiddelapparat som ikke er tilpasset sin virksomhet. Dette, samt virkemiddelapparatets fokus på at løsningen må kunne tilbys internasjonalt, og at bedriften må ha ambisjoner om å utvide virksomheten, er lite kompatibelt med målene og visjonene til gründerne jeg har intervjuet. Dette er en utfordring for gründerne som ønsker å gjøre en forskjell i lokalmiljøet. Hvorfor virkemiddelapparatet har dette fokuset er vanskelig å peke på. Virkemiddelapparatet anerkjenner nemlig viktigheten av de små grønne gründerne som gjør en forskjell i lokalmiljøet, men det er ikke her deres hovedfokus ligger. På spørsmål om hva Climate-KIC tenker om de små bedriftene som ikke har ambisjoner om å vokse eller gå internasjonalt svarer informanten at:

Det er jo veldig viktig, for da vil det ofte bli noe som er tilgjengelig for forbrukeren på et eller annet vis. Enten om det er en grønn frisør, en vegansk restaurant eller slike ting. Dette er jo med på å skape holdningsendring blant de som er i lokalmiljøet som igjen

kan få ringvirkninger ved hvordan de tenker når de skal gå til innkjøp av enten mat eller hvilke produkter de bruker i hverdagen. Så det trengs jo lokale gründere også. Men vi har ikke noe tilbud til dem dersom de ikke ønsker selv å gå internasjonalt. For dette handler om å hjelpe gründerne til å vokse til å bli en stor bedrift som er internasjonal. (Climate-KIC)

På samme spørsmål svarer informanten fra Trondheim kommune at:

Ja, de små grønne entreprenørene er viktige i en grønn omstilling. Det er jo der på en måte endringen i markedet egentlig blir eksponert da (...) de små, nye kommer inn og det er gjerne de som representerer forandring da. (Trondheim kommune)

Svarene til Climate-KIC og Trondheim kommune er entydige og begge er enige om at små bærekraftige entreprenører er viktige i en grønn omstilling. Det er fordi det gjerne er gjennom de små bærekraftige entreprenørene at endringer i markedet blir eksponert og forbrukeren ser forandring. Dette er med på å skape viktige holdningsendringer blant forbrukerne. Informant 3 tror også det er en sammenheng mellom hvor mye forbrukeren blir eksponert for bærekraftige produkter og tjenester og hvor bevisste de blir:

Jeg håper jo det blir lagt til rette fordi jo flere plasser som er vegansk eller vegetarisk jo mer mainstream og akseptert blir det. Når folk blir eksponert for det fra flere hold begynner de kanskje sakte men sikkert å åpne øynene og endre vanene sine. Det samme gjelder jo andre butikker, som second hand butikker og så videre... (Informant 3)

Utfordringen knytter seg med andre ord ikke til at virkemiddelapparatet ikke ser verdien av disse små lokale gründerne, men de velger å heller satse på bedriftene de ser kan vokse seg store, skape mest avkastning og bli internasjonale. Dette henger sammen med at virkemiddelapparatet er forvalter av offentlige midler og derfor har et ansvar for at ressurser de bruker skal skape en verdi for samfunnet. Risikoen med den tilnærmingen er imidlertid at de lokale bærekraftige gründerne ikke overlever og at man da ikke klarer å få til en bevisstgjøring hos forbrukeren og holdningsendringer i lokalmiljøet. Informant 3 understreker at ved å legge til rette for flere veganske spisesteder vil det bli mer normalisert og akseptert fordi folk blir eksponert for disse stedene i byen. Dette vil også være overførbart til andre bærekraftige virksomheter som bruktbutikker mener informanten. Kanskje er det behov for nye virkemidler

eller en ny virkemiddelaktør som er dedikert til de små bærekraftige entreprenørene som ikke blir prioritert av virkemiddelapparatet i dag. Som nevnt tidligere beskriver informant 1 at det er en barriere knyttet til å gjøre seg forstått og aktuell hos virkemiddelapparatet. Informant 4 forteller at virkemiddelapparatet i det store og hele forsto sine behov, men at de ikke hadde all den kompetansen informantene behøvde. Informanten forteller at myndighetene kan legge mer til rette for grønne gründere ved å opprette en statlig avdeling dedikert til bærekraftige entreprenører, eller ”bidra med økonomisk hjelp på andre måter, lokaler eller andre ting hvor de som holder på med bærekraftig entreprenørskap kan få den hjelpen de trenger for å komme i gang da” (Informant 4). Informant 3 foreslår å opprette en stilling i fylkeskommunen som kan administrere og organisere nettverksvirksomhet mellom bærekraftige entreprenører. Informantene sitt budskap er at det er behov for mer organisering rundt bærekraftige entreprenører og noen rammer som definerer hvor gründerne kan finne de ressursene som er nødvendig for å etablere en levedyktig bedrift.

Gründerne beskriver et behov for et virkemiddelapparat med mer kunnskap om bærekraftig entreprenørskap. Viktigheten av kunnskap om bærekraftig entreprenørskap i virkemiddelapparatet understrekes av Schick et al. (2002) som sier at kunnskap om bærekraftige utfordringer hos rådgivere er viktig for at nye bærekraftige virksomheter skal etableres. Rådgivere som har tidlig kontakt med oppstartsbedrifter er spesielt viktige i den sammenheng (Schick et al., 2002). I tillegg behøver gründerne et virkemiddelapparat som i større grad tar en aktiv rolle for å legge til rette for bærekraftig entreprenørskap i regionen. Det er som sagt vanskelig å peke på årsaken til at virkemiddelapparatet ikke har lagt bedre til rette for bærekraftige entreprenører i dag. Mangel på kunnskap som beskrevet over kan være en årsak. Resultatene tyder også på at deler av virkemiddelapparatet er mer rettet mot teknologibedrifter, noe som vil være en ulempe for gründerne jeg har intervjuet.

## 5. DISKUSJON

I dette kapitlet vil jeg diskutere funnene som er presentert i kapittel 4 nærmere, og i større grad sammenstille resultatene fra de to underproblemstillingene til en felles diskusjon. Videre vil jeg presentere studiens bidrag, praktiske implikasjoner samt studiens styrker, begrensninger og forslag til videre forskning.

Offentlige aktører har stor betydning for oppstartsbedrifter sin vekst og utvikling. I Clausen et al. (2017) sin studie av norske inkubatorbedrifter, kommer det frem at offentlige aktører er de som har størst betydning for bedriftens utvikling (Clausen et al., 2017). Gründerne sin opplevelse av møtet med virkemiddelapparatet er derfor sentralt. Det reflekterer i hvilken grad de får og har fått den hjelpen de behøver og om de har en opplevelse av at virkemiddelapparatet er tilpasset deres behov og forstår deres bransje. Samtlige av informantene har vært i kontakt med både offentlige og andre eksterne aktører i oppstartsfasen, og beskriver det som svært viktig for utvikling og drift. Informantene i virkemiddelapparatet gir også uttrykk for at bærekraftig entreprenørskap er viktig å fremme. Samtlige har hatt både gode og mindre gode opplevelser i møte med det entreprenørielle økosystemet og virkemiddelapparatet. Overordnet viser resultatene at gründerne jeg har intervjuet har møtt på flere ulike barrierer i oppstartsprosessen og at de har relativt like oppfatninger av hva som har vært utfordrende.

Virkemiddelapparatet anerkjenner at det er et behov for mer bærekraftig entreprenørskap og at det er et viktig virkemiddel på veien mot et grønt skifte. De er imidlertid mest opptatt av skalerbare bedrifter med teknologibaserte produkter og tjenester. Dette er til ulempe for de små bærekraftige gründerne som jeg har intervjuet, fordi de i liten grad passer til denne beskrivelsen. Oppstartsbedrifter er imidlertid viktige aktører i næringsutviklingen, og kombinert med bærekraftig entreprenørskap kan det være en del av løsninger for å skape et mer bærekraftig samfunn. De burde derfor være særdeles viktig i innovasjon- og miljøpolitikk (Bergset & Fichter, 2015; Klima- og Miljødepartementet, 2017).

I delkapittel 4.1 presenterer jeg flere ulike barrierer for oppstartsprosess som ble identifisert gjennom intervjuer med de fire bærekraftige gründerne. Disse barrierene har jeg sortert inn under hovedkategoriene ”nettverk og samarbeid”, ”økonomi” og ”tilhørighet og tilrettelegging”. Hovedkategoriene av barrierer kan ses i sammenheng med egenskaper ved entreprenørielle økosystemer. Barrieren knyttet til økonomi handler både om tilgang på

investorer som er en sosial egenskap, samt tilgang på finansiering gjennom statlige programmer slik som Innovasjon Norge og lignende, som er en materiell egenskap. Tilhørighet og tilrettelegging handler om tilgang på lokale markeder og tilhørighet i økosystemet og kategoriseres derfor som en materiell egenskap. Nettverk og samarbeid handler om tilgang på nettverk som binder sammen entreprenører, rådgivere, investorer og arbeidskraft og som legger opp til deling av kunnskap og ferdigheter og kategoriseres som sosiale egenskaper (Spigel, 2017). Informantene nevner ingen barrierer som kan relateres til kulturelle egenskaper, dette kan tyde på at de opplever at de kulturelle egenskapene de behøver er på plass i økosystemet. Det kan også tenkes å ha en sammenheng med funnene til World Economic Forum (2013) hvor egenskapen kulturell støtte fikk en viktighetsscore på 18%. Til sammenligning fikk markedstilgang, menneskelig kapital og finansiering en score på ca. 60% hver. Kanskje stilles det derfor ikke like store krav til de kulturelle egenskapene som de materielle og sosiale. Se Tabell 4 for oversikt over hvilke egenskaper de aktuelle utfordringene knyttes til.

Egenskaper	Utfordringer
Materielle egenskaper	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tilhørighet og tilrettelegging</li> <li>• Økonomi</li> </ul>
Sosiale egenskaper	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nettverk og samarbeid</li> <li>• Økonomi</li> </ul>
Kulturelle egenskaper	

*Tabell 4: Utfordringer ved egenskapene til det entreprenørielle økosystemet i Trondheim.*

Dette forteller oss at de sosiale og materielle egenskapene ved det entreprenørielle økosystemet i Trondheim ikke er gode nok for de små, bærekraftige gründere. Et positivt funn er at det ikke ble identifisert noen barrierer knyttet til de kulturelle egenskapene, noe som tyder på at Trondheim har en kultur som støtter og normaliserer entreprenørskap og risikotaking, samt har eksempler på suksessfulle gründere.

Ved å ta utgangspunkt i Spigel (2017) sin forskning på entreprenørielle økosystemer kan vi knytte de diskuterte utfordringene og egenskapene sammen og se koblinger. De er avhengige av hverandre og tilstedeværelsen av en påvirker tilstedeværelsen av de andre (Spigel, 2017).



Som påpekt av samtlige informanter er økonomi en utfordring. Dette understøttes av Nærings- og fiskeridepartementet (2017) og Bergset og Fichter (2015) som påpeker at SME-bedrifter ser ut til å ha utfordringer med å få kontakt med investeringsvillig kapital, selv om det ikke er mangel på kapital i Norge totalt sett. Bærekraftige oppstartsbedrifter kan potensielt bidra til en grønn omstilling, men da trenger de bedre tilgang på finansiering (Bergset & Fichter, 2015; Nærings- og fiskeridepartementet, 2017). Utfordringer med tilgang på finansiering fører, som forklart av gründerne, til mindre tid til utvikling av bedriften og begrenset mulighet til å ansette ny arbeidskraft. Dette kan igjen tære på gründerne sin motivasjon. Det faktum at bærekraftig entreprenørskap er nytt skaper også utfordringer for tilgangen på nettverk og investeringer som igjen er negativt for utvikling av bedriften, mulighet for kontakt med investorer og motivasjonen til gründeren (Bergset, 2015, 2018; Jenssen & Koenig, 2002). De ulike utfordringene eksisterer altså delvis på grunn av hverandre gjennom å påvirke og forsterke hverandre, i likhet med egenskapene i økosystemer som illustrert i Figur 4 i delkapittel 2.8. Som understreket av Stam (2015) er det viktig å skille mellom utfordringene som manifesterer seg på overflaten og de underliggende årsakene til hvorfor utfordringene dukker opp. Tilgang på menneskelig kapital og finansiering avhenger i stor grad av utdanningsinstitusjoner og finansielle markeder som styres av myndigheter og offentlige organisasjoner (Stam, 2015).

Som diskutert i delkapittel 4.1, er det viktig å påpeke at utfordringer knyttet til tilgang på finansiering og et godt støtteapparat er vanlige utfordringer som mange gründerne møter på, uavhengig av om de er bærekraftige eller ikke (Salamzadeh & Kawamorita Kesim, 2015). Skepsis til nye virksomheter blant kunder og investorer er også en utfordring for gründerne generelt. Lite erfaring og kunnskap om markedet gründeren skal inn i reduserer tilgangen på risikokapital, og lite informasjon om virksomheten minsker sannsynligheten for å lykkes med bedriften generelt (Shepherd et al., 2000). Den største forskjellen på bærekraftige og ikke-bærekraftige entreprenører i denne sammenheng er trolig at problemene disse gründerne forsøker å løse er svært presserende. Vi trenger grønne løsninger i dag og har ikke tid til å vente på at alle brikkene skal falle på plass først. Det understøttes av Markard et al. (2012) at inkrementell endring ikke vil være tilstrekkelig for å takle bærekraftsutfordringene. Det er behov for en radikal endring av sosio-tekniske systemer med mer bærekraftige former for produksjon og forbruk samt en endring i livsstil, infrastruktur, politikk og forretningsmodeller (Markard et al., 2012). I den sammenheng er det som påpekt viktig med mer kunnskap om bærekraftige utfordringer hos bedriftsrådgivere som har tidlig kontakt med oppstartsbedrifter (Schick et al., 2002). Dette betyr også at det må skje en utvikling av markedet i takt med

utviklingen av grønne produkter eller tjenester. Forbruket, vaner og livsstilen til kunder må endres slik at etterspørselen er kompatibel med tilbudet av bærekraftige innovasjonene som introduseres i markedet (Markard, 2017; Markard et al., 2012). For at forbrukere, både bedrifter og privatpersoner, skal ta mer bevisste og bærekraftige valg er det viktig at myndighetene legger til rette for at slike valg er attraktive (Rusten & Tvedt, 2018; SINTEF, 2018). Som diskutert i delkapittel 4.2.3 påpeker informanten fra Trondheim kommune at små, bærekraftige virksomheter er viktige for eksponering av nye grønne produkter og tjenester i markedet. Informanten fra Climate-KIC mener at disse er viktige for å skape holdningsendringer i lokalmiljøet.

Barrierene som gründerne har opplevd ser ut til å danne et utgangspunkt for hva de mener mangler av tilbud og ressurser i økosystemet og hos virkemiddelapparatet. Det gründerne ønsker mer av er muligheter for å bygge nettverk, økonomisk støtte knyttet til klimabesparelsene de realiserer, samt en opplevelse av tilhørighet og innpass i markedet og økosystemet. Sistnevnte er på mange måter også beholderen for de to første. Mangelen på opplevelse av tilhørighet og innpass er som forklart av informantene, og vist til i delkapittel 4.1.3 og 4.2.3, blant annet et resultat av at det ikke eksisterer tilstrekkelige muligheter for nettverksbygging og finansiering i det entreprenørielle økosystemet. Dette kan ha en sammenheng med at virkemiddelapparatet synes å være teknologifokuserte og dermed mest rettet mot teknologibaserte produkter og tjenester. For gründerne jeg har intervjuet, vil det være utfordrende å finne tilhørighet og innpass i et økosystem tilpasset for teknologibedrifter ettersom de ikke tilhører denne kategorien av bedrifter. Fokuset på teknologi i Trøndelag fremkommer også av den strategiske næringsplanen for Trondheimsregionen 2017-2020. Her formuleres et mål om at kommersialisering av teknologi skal være det som bidrar til det grønne skiftet (Trondheimsregionen, 2016).

Det kan virke som de jeg har intervjuet i virkemiddelapparatet i sin helhet er positive til bærekraftig entreprenørskap og ser viktigheten av de små bærekraftige entreprenørene. Det er imidlertid ikke ensbetydende med at de jobber for å legge til rette for disse entreprenørene. For at virkemiddelapparatet skal bistå med sine ressurser så setter de som forutsetning at det finnes mulighet for at bedriften kan vokse og utvide virksomheten og at gründeren har oversikt over markedet. Dette er selvfølgelig viktige faktorer for bedriftens overlevelse og mulighet for suksess, men igjen aktualiseres utfordringen som Bergset (2015) og Schaper (2002) påpeker med at markedet er nytt og lite forsket på (Bergset, 2015; Schaper, 2002). En annen utfordring

med markedet er at det må foreligge et insentiv for at kunden skal velge produkter som er bærekraftige ettersom slike produkter ofte er dyrere sammenlignet med mindre bærekraftige produkter (Laroche et al., 2001). Som påpekt av Rusten og Tvedt (2018) går vi i dag mot en sirkulær økonomi med mer bærekraftig produksjon, bruk og utnyttelse av ressurser (Rusten & Tvedt, 2018). Samtidig kommer det frem av resultatene at det er en utfordring for de grønne gründerne som skal bidra til dette grønne skiftet å finne innpass i økosystemet. Det faktum at grønne oppstartsbedrifter kan oppleve særegne utfordringer på bakgrunn av at bærekraftig entreprenørskap er nytt – herunder utfordringer i kontakt med investorer, få deres oppmerksomhet og formidle sin forretningsmodell samt ha vanskelig for å forklare investorer hva de gjør og at veien kanskje blir til mens en går – vil være en vesentlig hindring for bærekraftige entreprenører som andre entreprenører ikke møter (Bergset, 2018). Dette, i tillegg til at virkemiddelapparatet er teknologifokusert og at markedet trolig må utvikles, kan være årsaker til hvorfor det er vanskeligere for grønne entreprenører å etablere seg og skape en økonomisk uavhengig bedrift.

Som systemaktører påvirker virkemiddelapparatet utviklingsmulighetene i en region og er svært viktige for å få til radikale former for stuetvikling og økonomisk restrukturering (Isaksen et al., 2019). I forbindelse med underproblemstilling 2 kan det samtidig stilles spørsmål ved hvor mye myndighetene og virkemiddelapparatet egentlig skal bidra med. I hvor stor grad skal de fungere som et sikkerhetsnett for gründerne som ønsker å starte egen bedrift og tjene penger? Det som er helt sentralt i denne sammenheng er å se på verdiskapingen disse bedriftene bidrar med til samfunnet. Entreprenørskap generelt bidrar til verdiskaping, arbeidsplasser og utvikling lokalt og regionalt. I tillegg til dette bidrar bærekraftig entreprenørskap til miljønnovasjon som er med på å hindre eller redusere skader på miljøet, samt nå klimamålene som er blitt vedtatt (I. U. Jakobsen & Kallbekken, 2018; Lovdata, 2017; Rene & Anthony, 1998). Dette er imidlertid avhengig av at idéen kan kommersialiseres og at virksomheten kan skape en levedyktig inntekt. De færreste gründerbedrifter klarer dette selv, da er virkemiddelapparatet sin jobb å finne balansen mellom hvor mye forarbeid og ressurser i form av blant annet forretningsplan, team, kapital og kjennskap til markedet virksomheten må stille med og hvor mye virkemiddelapparatet kan stille med. Et viktig aspekt er at virkemiddelapparatet naturligvis ønsker en form for sikkerhet for at ressursene de investerer i en oppstartsbedrift er hensiktsmessig bruk av velferdssamfunnets felles ressurser. Som informanten fra Innovasjon Norge sier så er deres oppgave å hjelpe bedrifter som med tiden kan gi noe tilbake til samfunnet. Dette kan tenkes å være en del av årsaken til at virkemiddelapparatet er skeptiske til å satse på

små grønne entreprenører hvor fremtiden er vanskelig å forutse på grunn av mangel på informasjon om marked og potensiell verdiskaping. Vi står imidlertid overfor presserende bærekraftsutfordringer og det blir understreket fra flere hold at vi må gjøre noe i dag for å snu trenden (Haarstad & Rusten, 2018; Markard et al., 2012). Myndighetene i Norge har kommet med utallige uttalelser om viktigheten av å gjøre noe med utfordringene og mobilisere til en grønn omstilling. I den sammenheng peker Klima- og Miljødepartementet (2017) på innovasjon og gründerskap som en sentral del av løsningen (Klima- og Miljødepartementet, 2017). I lys av dette kan det argumenteres for at det er rimelig at bærekraftig entreprenører ilegges ekstra insentiver i form av støtte og tilskudd (Schick et al., 2002). De bærekraftige gründerne er med på å løse et offentlig problem, som også i den store sammenhengen er en global samfunnsutfordring. Noe av det viktigste myndighetene kan gjøre er å skape muligheter og markeder for bærekraftig innovasjon.

Gründerne har behov for mer ressurser fra virkemiddelapparatet og et økosystem som er bedre lagt til rette for bærekraftig entreprenørskap. Virkemiddelapparatet holder på sin side fast ved flere kriterier som er vanskelig å innfri for de gründerne jeg har intervjuet. Herunder at løsningen kan tilbys internasjonalt (Climate-KIC), at det er lett å komme inn i markedet og at gründeren har noe erfaring i det aktuelle markedet (LERA) samt at bedriften har ambisjoner om å vokse og utvide virksomheten (Innovasjon Norge). Kriteriene er vanskelige å innfri enten på grunn av at gründerne ikke har ønske om å utvide virksomheten eller gå internasjonalt, eller fordi det eksisterer lite informasjon om bærekraftig entreprenørskap og at gründerne av den grunn ikke har tilstrekkelig med kunnskap og erfaring med markedet.

### 5.1 Studiens bidrag

Denne studien er et bidrag til å sette lys på bærekraftige entreprenører sine forutsetninger for oppstart av bedrift i Trondheim. Resultatene antyder at de materielle og sosiale egenskapene ved entreprenørielle økosystemet i Trondheim behøver utvikling. Deler av virkemiddelapparatet er noe stivhengig og de små bærekraftige entreprenørene blir ikke prioritert på tross av at de av virkemiddelapparatet anses som viktige i det grønne skiftet. Studien er et bidrag til debatten knyttet til miljø- og klima, det grønne skiftet og hvordan man kan mobilisere til endring i retning av bærekraftige utvikling og bærekraftige sosio-tekniske systemer.

## 5.2 Praktiske implikasjoner

Resultatene viser at virkemiddelapparatet er teknologifokusert og stiller krav som er utfordrende å innfri for de gründerne jeg har intervjuet. Dette indikerer at virkemiddelapparatet ikke er tilpasset denne gruppen entreprenører. Det kan være av praktisk nytte å opprette nye virkemidler og/eller en avdeling i kommunen som er dedikert til arbeid med bærekraftige entreprenører. Funnene stammer fra én case, nemlig bærekraftige entreprenører i Trondheim, jeg mener likevel funnene har en verdi ut over denne casen og kan benyttes for å bedre legge til rette for bærekraftig entreprenørskap også i andre regioner. Resultatene kan til slutt ha en praktisk betydning for virkemiddelapparatets fremtidige arbeid med bærekraftige entreprenører.

## 5.3 Styrker, begrensninger og fremtidig forskning

Flere av studiens styrker og begrensninger er allerede blitt redegjort for i kapittel 3. Det er likevel noen ytterligere elementer jeg vil påpeke som har vært styrkende og begrensende.

Det er en begrensning for studien at de barrierene og manglene jeg har presentert i kapittel 4 er påvirket av spørsmålene jeg stilte informantene. Selv om spørsmålene ga rom for utdyping, så er det mulig at gründerne har møtt på andre utfordringer og barrierer som ikke kommer frem i intervjuene. Av den grunn kan det ikke garanteres for at denne studien har inkludert alle aspekter ved disse problemstillingene. Det var imidlertid heller ikke intensjonen.

Det er en styrke at jeg har intervjuet både gründerne og virkemiddelapparatet. Slik har jeg fått undersøkt fenomenet fra to ulike perspektiver og fått en mer nyansert forståelse. Data fra intervju med virkemiddelapparatet har vært nyttig for å få en bedre forståelse for hvorfor gründerne opplever de barrierene og manglene som de gjør. Det har også bidratt til en forståelse for virkemiddelapparatet sitt arbeid og prioriteringer.

Videre forskning kan med fordel se nærmere på forskjellen mellom oppstartsprosessen til en bærekraftig entreprenør og en ikke-bærekraftig entreprenør, dette for å i større grad avdekke særegne utfordringer og barrierer for bærekraftige entreprenører. Det kan også være interessant å kartlegge om Trondheim er så teknologifokusert som resultatene i denne studien antyder. Kan det av den grunn være enklere for den type gründerne jeg har intervjuet å få tilgang på nødvendige ressurser i andre regioner som er mindre teknologifokuserte?



## 6. KONKLUSJON

Et sentralt funn i denne studien er at gründerne jeg har intervjuet i stor grad har møtt på de samme utfordringene. Utfordringene knytter seg til:

- Mangel på nettverk og samarbeid
- Økonomi, herunder å finansiere oppstart, utvikling og drift av bedriften
- Manglende opplevelse av tilhørighet og tilrettelegging hos virkemiddelapparatet og i økosystemet forøvrig

Flere av utfordringene som de bærekraftige gründerne har møtt på er typiske utfordringer som gründerne generelt møter på. Det er imidlertid noen særegne utfordringer som blant annet knytter seg til at bærekraftig entreprenørskap som felt er nytt og underanalysert. For det første kan det forekomme stereotypiske assosiasjoner knyttet til miljøengasjement, som gjør det vanskeligere å få tilgang på risikokapital fra investorer eller annen finansiering og/eller bistand fra virkemiddelapparatet. Videre er prisene på bærekraftige produkter ofte høyere sammenlignet med mindre bærekraftige produkter. Av den grunn vil grønne oppstartsbedrifter ha ekstra kostnader som et resultat av deres bærekraftige forretningspraksis. I tillegg antyder resultatene at det er utfordrende for både gründerne og virkemiddelapparatet å identifisere markedet av potensielle kunder. Som et resultat knyttes det en usikkerhet opp mot interessen for bærekraftige produkter og tjenester. Dette kompliserer gründerne sin dialog med virkemiddelapparatet og investorer som blir skeptiske til bærekraftige entreprenører som investeringskategori. Gründerne må også gjøre en innsats for å overbevise forbrukere om at det ligger en merverdi i å betale ekstra eller handle bruk for å ha et mer klima- og miljøvennlig forbruk.

Et annet sentralt funn er at virkemiddelapparatet i Trondheim retter seg mot teknologibaserte produkter og tjenester. Virkemiddelapparatet ønsker en form for sikkerhet for at oppstartsbedriftene de investerer ressurser i med tiden kan gi noe tilbake til samfunnet. Det henger sammen med at de forvalter offentlige midler og på det viset har et ansvar for at midlene brukes til samfunnets beste. Slik det er i dag anser virkemiddelapparatet det som mest hensiktsmessig å bruke ressurser på løsninger som kan tilbys internasjonalt (Climate-KIC), løsninger hvor det er lett å komme inn i markedet og hvor gründeren har noe erfaring i det aktuelle markedet (LERA), samt hvor bedriften har ambisjoner om å vokse og utvide virksomheten (Innovasjon Norge). Gründerne jeg har intervjuet har utfordringer med å innfri

disse kravene av hovedsakelig to årsaker: (1) Bærekraftig entreprenørskap som felt er nytt og underanalysert, det mangler informasjon om potensielle markeder og det er en usikkerhet knyttet til slike produkter og tjenester sitt potensial. Av samme årsak er det også vanskelig for de bærekraftige entreprenørene å forklare overfor potensielle investorer eller virkemiddelapparatet hva de gjør og hva potensialet i bedriften faktisk er. (2) De gründerne jeg har intervjuet har ikke teknologibaserte produkter eller tjenester.

Resultatene tyder på at de lokale bærekraftige gründerne i Trondheim på et vis faller utenom systemet. Dette kan ved første øyekast virke overraskende ettersom resultatene også viser at de jeg intervjuet fra virkemiddelapparatet mener bærekraftig entreprenørskap er viktig og nødvendig. De er positive til grønne idéer og ønsker å være med på å fremme denne type nyskaping. Samtidig antyder resultatene at deler av virkemiddelapparatet er stivhengig og forsøker å få de bærekraftige entreprenørene til å passe inn i samme mal som mer tradisjonelle entreprenører. Trondheim kommune og Innovasjon Norge understreker at det ikke er tilstrekkelig for en bedrift å ”bare være grønn”, de må ha andre elementer ved seg også for å kunne etablere seg og bli en levedyktig bedrift. I den sammenheng anser de det, i likhet med Climate-KIC, som en stor fordel at produktet eller tjenesten er teknologibasert og at det foreligger potensial og ønske om å utvikle og utvide virksomheten – også internasjonalt.

Kanskje er det behov for nye virkemidler eller en ny virkemiddelaktør som er dedikert til de små bærekraftige entreprenørene som ikke blir prioritert av virkemiddelapparatet i dag. Det kan være en ny aktør som bryter litt med ”måten ting gjøres på”. Forslagene fra gründerne selv er tilbakebetalings- eller tilskuddsløsninger som for eksempel baserer seg på hvor mye CO2 de sparer klimaet for. En egen avdeling i kommunen som er dedikert til bærekraftige gründerne, slik at det er enkelt å navigere seg mellom de ulike aktørene og lettere finne de ressursene som er aktuelle for sin bedrift, blir også foreslått. I tillegg foreslås opprettelse av et naturlig samlingspunkt for folk som er opptatt av det grønne skiftet. Dette for å legge til rette for samarbeid og nettverksbygging hvor de kan dra nytte av hverandre sin kunnskap og erfaringer.

Resultatene tyder på at økosystemet og virkemiddelapparatet med fordel kan utvikles på følgende områder:

- Mulighet for å knytte nettverk og etablere samarbeid

Nettverk og samarbeid er viktig for tilgang på ressurser, motivasjon og engasjement. Slike muligheter burde i større grad organiseres og myndighetene og



virkemiddelapparatet burde skape denne strukturen. Gründerne har allerede svært begrenset med både tid og resurser, derfor er det mest hensiktsmessig at det organiseres av noen eksterne. Samtlige av gründerne forteller at de savner en arena hvor det er naturlig å bygge nettverk og innlede samarbeid med andre bedrifter. Det viktigste er da at disse arenaene er spesifikt lagt til rette for bærekraftige entreprenører.

- Tilgjengelig kapital og økonomiske insentiver

Dette handler om mulighet for tilgang på både risikokapital fra investorer, samt økonomisk støtte fra offentlige aktører i form av statlige tilskudd, offentlige anskaffelser eller tilbakebetalingsløsninger. Tilgang på kapital fra investorer avhenger i stor grad av tilgangen på nettverk hvor gründere og investorer kan møtes. I tillegg avhenger det av gründeren sin evne til å overbevise investorer om sin forretningsidé. Statlige tilskudd og tilbakebetalingsløsninger krever at det tas et tak og opprettes et system for dette. Et slikt system vil gjøre det mer gunstig å være en bærekraftig bedrift. Tilgang på slik støtte vil også avhenge av gründerne sin evne til å selge inn sin idé og ikke minst virkemiddelapparatet sin innstilling og praksis knyttet til hvordan de imøtekommer bærekraftige entreprenører. Resultatene antyder at deler av virkemiddelapparatet er noe stiavhengig, det vil i så fall være behov for endring her for at de små bærekraftige gründerne skal få innpass.

- Et mer aktivt virkemiddelapparat med mer kunnskap om bærekraftig entreprenørskap

Dette handler om hvordan virkemiddelapparatet legger til rette for bærekraftig entreprenørskap. Virkemiddelapparatet er i dag noe tilpasset bærekraftige entreprenører. Resultatene fra intervjuene indikerer at de ikke tar hensyn til alle utfordringene som bærekraftige entreprenører har, og at det stilles like krav til bærekraftige og ikke-bærekraftige entreprenører. Hos Innovasjon Norge er det kun dersom en grønn og en ikke-grønn idé stiller likt og de må velge, at den grønne idéen får en fordel. Dette er i utgangspunktet en rettferdig fremgangsmåte, men om man ønsker en raskere endring mot et grønt skifte kan det være hensiktsmessig å revurdere praksisen de har i dag.

Det er en balansegang mellom hvor mye virkemiddelapparatet skal legge til rette og hvor mye gründerne må stå for selv. Det er trolig ikke nok at virkemiddelapparatet tilbyr rådgivning og midler til bærekraftige gründere så lenge det ikke finnes et marked for den type produkter og tjenester. Samtidig kan man tenke seg at eksponering av slike produkter skaper endring i

lokalmiljøet i form av at forbrukere blir eksponert for bærekraftige alternativer og at man klarer å skape holdningsendringer. Det er med andre ord også et spørsmål om hvilken ende man skal starte i. Gründerne jeg har intervjuet kan tenkes å først og fremst ha en påvirkningskraft i lokalmiljøet, herunder å øke bevisstheten rundt klima- og miljøutfordringer, tilgjengeliggjøre bærekraftige alternativer og normalisere denne type produkter og tjenester. Dette kan være med på å skape en holdningsendring blant forbrukere, som potensielt kan gi store effekter på hva som kjøpes og selges. For å omstille til et grønt skifte må man starte et sted og de små bærekraftige gründerne er en viktig del av dette skiftet. Videre er offentlige anskaffelser et effektivt virkemiddel som offentlige aktører bør benytte strategisk. Det er samtidig viktig å poengtere at virkemiddelapparatet opererer etter politiske mål, og at det derfor er avgjørende at klima og miljø prioriteres politisk.

Forutsetningen for bærekraftig entreprenørskap i Trondheim er trolig gode dersom man har en teknologibasert idé som man ønsker å utvikle og tilby internasjonalt. Som det ble påpekt av informanten fra Innovasjon Norge, så vil den idéen som er mest bærekraftig bli prioritert i valget mellom to ellers helt like idéer. Likevel er det nok mer utfordrende for de bærekraftige entreprenørene som først og fremst ønsker å gjøre en forskjell i lokalmiljøet og ikke har ambisjoner om å vokse. Disse må bruke mer tid på å finne de riktige ressursene og bruke mer av egne midler for å etablere seg. Samtidig er det verdt å påpeke at de fire gründerne jeg har intervjuet har klart å etablere seg i Trondheim med det virkemiddelapparatet og det økosystemet vi har i dag. De viser at det er mulig å etablere seg som liten bærekraftig gründer i Trondheim, selv om ingen av de er økonomisk uavhengige enda. Spørsmålet er imidlertid om de kunne klart det bedre, og om flere ville klart det dersom virkemiddelapparatet og økosystemet var mer tilrettelagt.

## 7. LITTERATURLISTE

- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries, 22-27. Hentet fra [https://timreview.ca/sites/default/files/article\\_PDF/Saifan\\_TIMReview\\_February2012\\_2.pdf](https://timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Saifan_TIMReview_February2012_2.pdf)
- Baxter, J. (2016). Case studies in qualitative research. I I. Hay (Red.), *Qualitative research methods in human geograph* (4. utg.). Canada: Oxford university press.
- Bergset, L. (2015). The Rationality and Irrationality of Financing Green Start-Ups. *Administrative Sciences*, 5(4), 260-285. <https://doi.org/10.3390/admsci5040260>
- Bergset, L. (2018). Green start-up finance - where do particular challenges lie? *International journal of entrepreneurial behavior and research*, 24(2), 451-475. <https://doi.org/DOI10.1108/IJEBR-11-2015-0260>
- Bergset, L. & Fichter, K. (2015). Green start-ups – a new typology for sustainable entrepreneurship and innovation research. *Innovation Management*, 3(3), 118-144.
- Bjartnes, A. (2015). *Det grønne skiftet*. Oslo: Frekk Forlag.
- Bosquet, B. (2000). Environmental tax reform: does it work? A survey of the empirical evidence. *Ecological Economics*, 34(1), 19-32.
- Bystyret. (2016). *Saksprotokoll: Gründerstrategi for Trondheim* (16/13338). Trondheim: Trondheim Kommune. Hentet fra [https://www.trondheim.kommune.no/globalassets/10-bilder-og-filer/07-kultur-og-naring/naring/saksprotokoll\\_-grunderstrategi-for-trondheim.pdf](https://www.trondheim.kommune.no/globalassets/10-bilder-og-filer/07-kultur-og-naring/naring/saksprotokoll_-grunderstrategi-for-trondheim.pdf)
- Clausen, T. H., Alsos, G. A. & Breivik-Meyer, M. (2017). De gode hjelperne. Hentet 05.02 2019 fra <https://www.magma.no/de-gode-hjelperne>
- Climate-KIC. (2018a). Greenhouse. Hentet 24.10 2018 fra <https://www.climate-kic.org/programmes/entrepreneurship/greenhouse/>
- Climate-KIC. (2018b). What is EIT Climate-KIC? Hentet 24.10 2018 fra <https://www.climate-kic.org/who-we-are/what-is-climate-kic/>
- Cohen, B. & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 22, 29-49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>
- Cope, M. (2016). Organizing and analyzing qualitative data. I I. Hay (Red.), *Qualitative research methods in human geography* (4. utg.). Canada: Oxford university press.
- Dean, T. J. & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of business venturing*, 22, 50-76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Dowling, R. (2016). Power, Subjectivity, and Ethics in Qualitative Research. I I. Hay (Red.), *Qualitative research methods in human geography* (4. utg.). Canada: Oxford university press.
- Dunn, K. (2016). “Doing” qualitative research in human geography. I I. Hay (Red.), *Qualitative research in human geography* (4. utg.). Canada: Oxford university press.
- Dybvig, D. D., Ingebrigtsen, S., Jakobsen, O. & Nystad, Ø. (2013). *Etikk for økonomifaget*. Polen: Gyldendal.
- Earth overshoot day. (2018a). Earth overshoot day. Hentet 26.11 2018 fra <https://www.overshootday.org/>
- Earth overshoot day. (2018b). Solutions. Hentet 28.09.18 2018 fra <https://www.overshootday.org/solutions/>

- Eimhjellen, I. & Loga, J. (2016). *Utvikling av sosialt entreprenørskap i Norge*. Bergen. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/a1a1bf44a8f845b894613fc81435e20b/rappo-rt-09-2016.pdf>
- Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft. (2016). *Grønn konkurransekraft*. Oslo: Ekspertutvalg for grønn konkurransekraft.
- FN. (2018). Bærekraftig utvikling. Hentet 26.09 2018 fra <https://www.fn.no/Tema/Fattigdom/Baerekraftig-utvikling>
- Geels, F. W. (2006). Multi-level perspective on system innovation: relevance for industrial transformation. I *Understanding Industrial Transformation* (s. 163-186). Dordrecht: Springer. [https://doi.org/10.1007/1-4020-4418-6\\_9](https://doi.org/10.1007/1-4020-4418-6_9)
- Gerring, J. (2004). What is a case study and what is it good for? *The american political science review*, 98(2), 341-354. Hentet fra <https://www.jstor.org/stable/4145316>
- Grin, J., Rotmans, J. & Schot, J. (2010). *Transitions to sustainable development* (1. utg.). New York: Routledge.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. California: Sage publications.
- Hoang, H. & Antoncib, B. (2003). Networked based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of business venturing*, 18(2), 165-187. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00081-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00081-2)
- Hoff, E. (2018). Vil måle satsingen på kulturelle og kreative næringer. Hentet 14.12 2018 fra <https://kunnskapsverket.org/nyheter/vil-male-satsingen-pa-kulturelle-og-kreative-naeringer>
- Holstein, J. A. & Gubrium, J. F. (1995). *The active interview*. California: SAGE publications.
- Hovland, N. P. (2018). *Entreprenørskap og innovasjonsledelse* (1. utg.). Oslo: Cappelen Damm.
- Haarstad, H. & Rusten, G. (2018). Grønn omstilling og norske veivalg: Introduksjon. I H. Haarstad & G. Rusten (Red.), *Grønn omstilling. Norske veivalg* (s. 11-25). Oslo: Universitetsforlaget.
- Innovasjon Norge. (2018). Om innovasjon Norge. Hentet 23.10 2018 fra <https://www.innovasjonnorge.no/no/om-innovasjon-norge/om-oss/omoss/>
- Innovasjon Norge. (2019). Bærekraft og etikk. Hentet 30.01 2019 fra <https://www.innovasjonnorge.no/no/verktoy/barekraft-og-etikk/>
- Isaksen, A., Jakobsen, S.-E., Njøs, R. & Normann, R. (2019). Regional industrial restructuring resulting from individual and system agency. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 32(1), 48-65. <https://doi.org/10.1080/13511610.2018.1496322>
- Isaak, R. (2016). The making of the ecopreneur. I *Making ecopreneurs* (s. 63-78). Abingdon: Routledge.
- Jakobsen, I. U. & Kallbekken, S. (2018). Parisavtalen. Hentet 26.02 2019 fra <https://snl.no/Parisavtalen>
- Jakobsen, O. & Ingebrigtsen, S. (2004). *Økonomi, natur og kultur*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Jenssen, J. I. & Koenig, H. F. (2002). The Effect of Social Networks on Resource Access and Business Start-ups. *European Planning Studies*, 10(8), 1039-1046. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/0965431022000031301>
- Johnson, R. B. (1997). Examining the validity structure of qualitative research. *Education*, 118(2), 282.

- Klima- og miljødepartementet. (2014). Grønt skifte - klima- og miljøvennlig omstilling. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/gront-skifte/id2076832/>
- Klima- og Miljødepartementet. (2017). Avfall som ressurs - avfallspolitikk og sirkulær økonomi (Meld. St. 45. (2016-2017)). Hentet 18.10 2018 fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-45-20162017/id2558274/sec2>
- Koch, P., Hole, S. A., Traaseth, A. K., Langeland, A. & Rogne, J. (2016). *Innspill til en ny retning for Norge* Oslo: Innovasjon Norge.
- Koch, P., Langeland, A., Muth, F., Mathisen, A. & Johnsrud, A. L. (2015). *Drømmeløftet*. Oslo: Innovasjon Norge.
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2017). *Berekraftige byar og sterke distrikt (Meld. St. 18 (2016-2017))*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/d15e0f19e7d9439ea5c1b08ba888bdd1/nn-no/pdfs/stm201620170018000dddpdfs.pdf>
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2018). Regional Næringsutvikling. Hentet 31.05 2019 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/kommuner-og-regioner/regional--og-distriktspolitikk/regional-naringsutvikling/id2345489/>
- Laroche, M., Bergeron, J. & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting Consumers Who Are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Products. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 502-520. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006155>
- LERA. (2019). Leiv Eiriksson Rådgivning og Analyse. Hentet 30.01 2019 fra <https://www.lera.no/>
- Lovdata. (2017). Lov om klimamål (klimaloven) (1).
- Markard, J. (2017). Sustainability Transitions: Exploring the emerging research field and its contribution to management studies. *Proc. 33rd EGOS Colloquium*.
- Markard, J., Raven, R. & Truffer, B. (2012). Sustainability transitions: An emerging field of research and its prospects. *Elsevier*, 41(6), 955-967.
- Mason, J. (2002). *Qualitative researching* (2. utg.). London: SAGE publications Ltd.
- Min Veileder. (2019). Tips og råd for deg som skal bli gründer. Hentet 30.01 2019 fra <http://minveileder.no/>
- Mitra, J. (2012). *Entrepreneurship, Innovation and regional development*. England: Routledge.
- Newton, A. C. & Cantarello, E. (2014). *An introduction to the green economy*. Abingdon: Routledge.
- NIBO. (2008). Hvorfor koster økologisk mat mer enn den vanlige maten=. Hentet 13.03 2019 fra [http://www.matportalen.no/merking/tema/okologisk\\_mat/hvorfor\\_koster\\_okologiske\\_mat\\_mer\\_enn\\_den\\_vanlige\\_maten](http://www.matportalen.no/merking/tema/okologisk_mat/hvorfor_koster_okologiske_mat_mer_enn_den_vanlige_maten)
- Nicotra, M., Romano, M., Guiudice, M. D. & Schillaci, C. E. (2018). The causal relation between entrepreneurial ecosystem and productive entrepreneurship: a measurement framework. *The Journal of Technology Transfer*, 43(3), 640-6673. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10961-017-9628-2>
- NOU 2016: 3. (2016). *Ved et vendepunkt: Fra ressursøkonomi til kunnskapsøkonomi — Produktivitetskommissjonens andre rapport*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2016-3/id2474809/sec3?q=entreprenørskap#KAP1>
- NSD. (2018). Må jeg melde prosjektet mitt? Hentet 23.01 2019 fra <http://www.nsd.uib.no/>

- Nærings- og fiskeridepartementet. (2016). God innovasjonspolitikk gir gevinster. Hentet 19.10 2018 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/naringsliv/forskning-og-innovasjon/artikler/god-innovasjonspolitikk-gir-gevinster/id2516346/>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2017). Industrien - grønnere, smartere og mer nyskapende (Meld. St. 27 (2016-2017)). Hentet 27.03 2019 fra [https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-27-20162017/id2546209/sec2 - DEL2](https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-27-20162017/id2546209/sec2-DEL2)
- OECD. (2011). Towards a green growth. Hentet 25.05 2019 fra <https://www.oecd.org/greengrowth/48012345.pdf>
- Oekonomi.no. (2008). Økonomisk ordliste. Hentet 01.10 2018 fra <http://oekonomi.no/ordliste/category/æøa/>
- Rene, K. & Anthony, A. (1998). *Survey indicators for environmental innovation*. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/226478/Idea8.pdf?sequence=1>
- ReTuna. (2019). Retuna återbruksgalleria. Hentet 14.03 2019 fra <https://www.retuna.se/>
- Ritter, T. (2007). A framework for analyzing relationship governance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(3), 196-201.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/08858620710741904>
- Rusten, G. & Tvedt, H. L. (2018). Hvordan kan næringslivet bidra til en grønn omstilling? I H. Haarstad & G. Rusten (Red.), *Grønn omstilling. Norske veivalg* (s. 79-97). Oslo: Universitetsforlaget.
- Røpke, I. & Urhammer, E. (2017). The growth dilemma. Hentet 13.12 2018 fra <http://www.ecomacundervisning.dk/the-growth-dilemma/?lang=en>
- Salamzadeh, A. & Kawamorita Kesim, H. (2015). Start up companies: life cycle and challenges. *4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE)*. Hentet fra [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2628861](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2628861)
- Schaltegger, S. & Wagner, M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions, *20(4)*, 222-237.  
<https://doi.org/10.1002/bse.682>
- Schaper, M. (2002). The essence of Ecopreneurship. *Greener management international*, 26-30. <https://doi.org/10.9774/GLEAF.3062.2002.su.00004>
- Schaper, M. (2016). Understanding the green entrepreneur. I M. Schaper (Red.), *Making ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship* (2. utg.). Abingdon: Routledge.
- Schick, H., Marxen, S. & Freimann, J. (2002). Sustainability Issues for Start-up entrepreneurs. *Greener management international*, 59-70.
- Schoenberger, E. (1991). The corporate interview as a research method in economic geography. *The professional geographer*, 43(2), 180-189.
- Schöb, R. & Koskela, E. (1999). Alleviating unemployment: The case of green tax reforms. *Science direct*, 43(9), 1723-1746.
- Shepherd, D. A., Douglas, E. J. & Shanley, M. (2000). New venture survival: ignorance, external shocks, and risk reduction strategies. *Business venturing*, 15, 393-410.
- SINTEF. (2018). Hva betyr egentlig sirkulær økonomi? Hentet 09.10 2018 fra <https://www.sintef.no/siste-nytt/hva-betyr-egentlig-sirkular-okonomi/>
- Smith, A. & Raven, R. (2012). What is protective space? Reconsidering niches in transitions to sustainability. *Research Policy*, 41(6), 1025-1036.

- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72.  
<https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Spilling, O. R. (2006). *Entreprenørskap på norsk*. Bergen: Fagbokforlaget
- Spilling, O. R., Roppen, J. A., Sanness, A. H., Simonsen, B.-O., Steinsli, J. & Støylen, A. (2002). *Entreprenørskap som strategi for regional utvikling*. Hentet fra <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/94050/Spilling1dp2002-07.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.  
<https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>
- Stam, E. & Spigel, B. (2016). Entrepreneurial Ecosystems. *USE Discussion Paper Series*, 16(13).
- Statford, E. & Bradshaw, M. (2016). Qualitative research design and rigour. I *Qualitative research methods in human geography* (4. utg.). Canada: Oxford university press.
- Store norske leksikon. (2018). Blandingsøkonomi. Hentet 01.10 2018 fra <https://snl.no/blandingsøkonomi>
- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship: The social science view* (1. utg.) Oxford university press.
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode* (5. utg.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS.
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Trondheim Kommune. (2019). Rådmannens forslag til handlings- og økonomiplan 2018-2021, budsjett 2018. Hentet 27.03 2019 fra <https://sites.google.com/trondheim.kommune.no/budsjett2018-2021/17-næring-og-samfunn/17-1-om-næring-og-samfunn>
- Trondheimsregionen. (2016). Strategisk Næringsplan. Hentet 27.03 2019 fra [https://www.trondheim.kommune.no/globalassets/70-admin/planer/trondheimsregionen\\_strategisk-naringsplan\\_2017kort.pdf](https://www.trondheim.kommune.no/globalassets/70-admin/planer/trondheimsregionen_strategisk-naringsplan_2017kort.pdf)
- Trondheimsregionen. (2019). Trondheimsregionen. Hentet 27.03 2019 fra <https://trondheimsregionen.no/>
- Trøndelag fylkeskommune. (2019). Regionale utviklingsmidler. Hentet 27.03 2019 fra <https://www.trondelagfylke.no/vare-tjenester/naring-og-innovasjon/virkemidler-og-tilskudd/regionale-utviklingsmidler/>
- Tøtlandsmo, O. S. (2017). Det norske økonomiske systemet. Hentet 08.10 2018 fra <https://ndla.no/subjects/subject:3/topic:1:168542/topic:1:56269/resource:1:7820>
- UNEP. (2018). Why does green economy matter? Hentet 08.11 2018 fra <https://www.unenvironment.org/explore-topics/green-economy/why-does-green-economy-matter>
- Weizäcker, E. V., Hargroves, K., Smith, M., Desha, C. & Stasinopoulos, P. (2009). *Factor Five. Transforming the Global Economy through 80% Improvements in Resource Productivity*. London: Earthscan.
- Winchester, H. P. M. & Rofe, M. W. (2016). Qualitative research and its place in human geography. I I. Hay (Red.), *Qualitative research methods in human geography* (bd. 4, s. 3-27). Canada: Oxford university press.

World Economic Forum. (2013). *Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics*. Hentet fra [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_EntrepreneurialEcosystems\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_EntrepreneurialEcosystems_Report_2013.pdf)

Yin, R. K. (2003). *Case study research. Design and methods* (3. utg.). USA: Sage Publications Inc.



## 8. VEDLEGG

### Vedlegg A: Forespørsel om deltakelse til gründere

Hei!

Mitt navn er Hanna og i forbindelse med min master i Entreprenørskap, Innovasjon og Samfunn ved NTNU ønsker jeg å komme i kontakt med ulike gründere i Trondheim som driver med en form for grønt eller bærekraftig entreprenørskap.

Formålet med masterprosjektet er å undersøke i hvilken grad virkemiddelapparatet i Trondheim klarer å imøtekomme behovene til gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap i regionen. Deltakelse innebærer et intervju hvor du svarer på 16 spørsmål. Spørsmålene knytter seg til hvilke barrierer og muligheter du møtte på i oppstartsfasen og hvilken type bistand du fikk og eventuelt får i dag, samt dine visjoner og mål for fremtiden. Intervjuet tar maks 60 minutter og du vil anonymiseres i den endelige publikasjonen.

Det hadde vært flott om du har mulighet til å delta. Dersom du har noen spørsmål er det bare å ta kontakt på denne e-posten.

Med vennlig hilsen,  
Hanna Strand Geving

### Vedlegg B: Forespørsel om deltakelse til virkemiddelapparatet

Hei!

Mitt navn er Hanna og i forbindelse med min master i Entreprenørskap, Innovasjon og samfunn ved NTNU ønsker jeg å komme i kontakt med personer som representerer ulike deler av virkemiddelapparatet i Trondheim.

Formålet med masteroppgaven er å undersøke hvordan virkemiddelapparatet retter seg mot gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap i Trondheimsregionen. Deltakelse innebærer et intervju med 11 spørsmål og tar maks 60 min.

Er dette noe du kan hjelpe meg med? Er det eventuelt noen andre du tror det er mer hensiktsmessig at jeg prater med? Dersom du har noen spørsmål er det bare å ta kontakt på denne e-posten.

Med vennlig hilsen,  
Hanna Strand Geving

## Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjekt

### Formål

Dette er et prosjekt i forbindelse med min avsluttende masteroppgave i Entreprenørskap, Innovasjon og Samfunn ved NTNU. Formålet med prosjektet er å undersøke i hvilken grad virkemiddelapparatet i Trondheim klarer å imøtekomme behovene til gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap i regionen. Herunder hvordan det oppleves å starte opp og drive med bærekraftig entreprenørskap i Trondheim. Hvilke barrierer og muligheter som oppsto i oppstartsfasen og hvilken type bistand som har blitt gitt og eventuelt gis i dag, samt visjoner og mål for fremtiden.

### Hva innebærer det for deg å delta?

Deltakelse innebærer å besvare 16 spørsmål knyttet til oppstart og drift av din bedrift, samt verdiene bedriften din står for. Intervjuet vil bli tatt opp via båndopptaker og dataene blir registrert elektronisk.

### Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle opplysninger om deg vil da bli anonymisert. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

### Hva skjer med informasjonen om deg?

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Det er kun jeg som skriver denne oppgaven og min veileder, Markus Steen, som vil ha tilgang på dine opplysninger.
- Datamaterialet vil være lagret på min datamaskin som er passordbeskyttet.
- Deltakere vil anonymiseres i den endelige publikasjonen.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 15.05.19. Da vil all innsamlet data bli slettet.

### Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

### Dersom du har spørsmål, ta kontakt med

- Student: Hanna Strand Geving, [hanna\\_geving@hotmail.com](mailto:hanna_geving@hotmail.com)
- Veileder: Markus Steen, [markus.steen@sintef.no](mailto:markus.steen@sintef.no)
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, [personvernombudet@nsd.no](mailto:personvernombudet@nsd.no) eller tlf: 55 58 21 17.

På oppdrag fra NTNU har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

---

## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet og har fått anledning til å stille spørsmål.

Jeg samtykker til å delta i intervju og at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, 15.05.19.

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg D: Informasjonsskriv til virkemiddelapparatet

## **Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjekt**

### **Formål**

Dette er et prosjekt i forbindelse med min avsluttende masteroppgave i Entreprenørskap, Innovasjon og Samfunn ved NTNU. Formålet med prosjektet er å undersøke hvordan virkemiddelapparatet i Trondheim retter seg mot gründere som driver med bærekraftig entreprenørskap i regionen. Herunder hvilken relasjon de har til bærekraftig entreprenørskap generelt og hvordan de eventuelt jobber med gründere som ønsker å drive med den type entreprenørskap.

### **Hva innebærer det for deg å delta?**

Deltakelse innebærer å besvare 11 spørsmål fordelt på tre kategorier: hvem er den typiske gründeren dere veileder, bærekraftig entreprenørskap og grønn omstilling. Intervjuet vil bli tatt opp via båndopptaker og dataene blir registrert elektronisk.

### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

### **Hva skjer med informasjonen om deg?**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Prosjektet skal etter planen avsluttes 15.05.19. Da vil all innsamlet data bli slettet.

### **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

### **Dersom du har spørsmål, ta kontakt med**

- Student: Hanna Strand Geving, [hanna\\_geving@hotmail.com](mailto:hanna_geving@hotmail.com)
- Veileder: Markus Steen, [markus.steen@sintef.no](mailto:markus.steen@sintef.no)

-----  
-----  
**Samtykkeerklæring**

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet og har fått anledning til å stille spørsmål.

Jeg samtykker til å delta i intervju og at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, 15.05.19.

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg E: Intervjuguide for gründere

### **Informasjon om prosjektet**

- Forklare bakgrunn og formål
- Forklare taushetsplikt og anonymitet
- Spør om samtykke til opptak og start opptak

### **Informasjon om informanten**

- Utdanning og jobberfaring
- Når ble bedriften etablert og hvem var involvert i etableringen?
- Hvilken type entreprenørskap tenker du selv at du driver med?

### **Verdier**

1. Hvilket verdigrunnlag ligger bak etableringen av bedriften?
2. Hvorfor ønsket du å etablere bedrift med disse verdiene?
3. Hva betyr bedriften for lokalsamfunnet (Trondheim) og hva betyr lokalsamfunnet for bedriften?
4. På hvilken måte påvirker bedriften din miljøet?

### **Oppstartsfase: Barrierer og muligheter**

5. Møtte du noen barrierer i oppstarts-/etableringsfasen av bedriften din?
  - Hvis ja: Hvilke? Tror du selv at noen av disse barrierene/utfordringene dukket opp fordi bedriften bygger på de verdiene den gjør?
  - Hvis nei: Hva var årsaken til det tror du?
6. Hvilken type bistand fikk du i oppstartsfasen, og hvordan opplevde du denne hjelpen?
  - Følte du at de som bistod deg forsto dine behov?
  - Følte du at de som bistod deg hadde kompetansen og verktøyene du behøvde?

### **Drift, visjoner og mål**

7. Hvilke utfordringer opplever du i forbindelse med å drive bedrift med dine verdier i dag?
8. Hvordan tror du det er å drive mer tradisjonelt entreprenørskap i Trondheim sammenlignet med det du driver med? Hvorfor?
9. Hvilke visjoner og mål har du for videre drift
10. Hvilke økonomiske mål har du for bedriften
11. Hva er de største utfordringene du må overkomme for å nå disse visjonene og økonomiske målene?
12. Hvilken type hjelp vil være nyttig for at du skal nå dine visjoner og økonomiske mål?
  - Hva vil være avgjørende?

### **Nettverk og samarbeid**

13. Får du noe hjelp i dag? Hvilken type hjelp / Hvorfor ikke?
14. Hvor henter du informasjon eller inspirasjon fra?
15. Har du samarbeid med andre bedrifter?
16. Oppfatter du noen form for ”felleskapsfølelse” eller nettverksvirksomhet mellom bedrifter med samme verdigrunnlag som deg?
  - Hvis ja: Kan du fortelle litt om disse relasjonene? Er det verdifullt for deg og din bedrift?
  - Hvis nei: Er dette noe du savner og kunne hatt nytte av? Hva skal eventuelt til for at det kan etableres mener du?

### **Til slutt**

17. Hva mener du bør gjøres om utviklingen skal gå i mer retning av bærekraftig utvikling eller sirkulær økonomi?

### **Eventuelle avklaringer**

Er det noe du vil legge til?

Er det greit om jeg kontakter deg senere dersom jeg ser det var noe jeg ikke fikk helt tak på eller det dukker opp andre spørsmål jeg ser at jeg trenger svar på?

Takk for hjelpen ☺

Vedlegg F: Intervjuguide for virkemiddelapparatet

### **Informasjon om prosjektet**

- Forklare bakgrunn og formål
- Forklare taushetsplikt og anonymitet
- Spør om samtykke til opptak og start opptak

### **Om informanten**

- Stillingstittel

### **Bistand – hvem, hva**

1. Kan du fortelle kort hva deres hovedoppgave er?
2. Hva er de viktigste kriteriene som må oppfylles for at dere skal se potensial i en idé eller oppstartsbedrift?
3. Hvem er den typiske gründeren som kommer til dere for å be om bistand?
  - Hvilken type idé har de?
  - Hvor langt i prosessen er de kommet?
4. Hvem er det dere oftest opplever å måtte avslå fordi dere ikke kan tilby de hjelp?
  - Hvorfor kan dere ikke tilby disse hjelp?

### **Bærekraftig entreprenørskap**

5. Hva er de tre første ordene du tenker på når jeg sier grønt/bærekraftig entreprenørskap?
  - Kan du utdype?
6. Hvilket forhold har dere til grønt/bærekraftig entreprenørskap?
  - Har dere et bevisst forhold til det, er det noe dere forsøker å løfte frem?
    - Hvis ja: Hvorfor? Hvordan jobber dere med det?

- Hvis nei: Hvorfor ikke?
- 7. Er det noen praktisk forskjell på hvordan dere jobber med grønne gründere sammenlignet med tradisjonelle gründere?
- 8. Er det noen særlige utfordringer som knytter seg til å gi bistand til grønne gründere?
- 9. Er det noen særlige behov grønne gründere har som andre gründere ikke har?
  - Enten som dere har opplevd eller som dere selv tenker på

### **Grønn omstilling**

10. Tenker dere selv at dere har en innflytelse eller påvirkningsmulighet i det grønne skiftet?
  - Hvis ja: På hvilken måte?
  - Hvis ja: Er det et fokusområde hos dere å bidra til et grønt skifte gjennom jobben dere gjør?
    - Hva er deres rolle?
    - Hva er motivasjonen bak denne rollen?
    - Har dere tatt rollen selv eller blitt tildelt den?
  - Hvis nei:
    - Hvorfor ikke?
11. Hva mener dere bør gjøres dersom utviklingen skal gå i mer retning av bærekraftig utvikling eller sirkulær økonomi?

### **Eventuelle avklaringer**

Er det noe du vil legge til?

Er det greit om jeg kontakter deg senere dersom jeg ser det var noe jeg ikke fikk helt tak på eller det dukker opp andre spørsmål jeg ser at jeg trenger svar på?

Takk for hjelpen ☺

